

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LETÍCIA LAÍS MIRANDA CORDEIRO

**GESTÃO DE POUSADAS: UMA PROPOSTA DE PLANO DE NEGÓCIOS PARA
A POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ-PR**

CURITIBA

2015

LETÍCIA LAÍS MIRANDA CORDEIRO

**GESTÃO DE POUSADAS: UMA PROPOSTA DE PLANO DE NEGÓCIOS PARA
A POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ-PR**

Trabalho de graduação apresentado às disciplinas de Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Silvana do Rocio de Souza.

CURITIBA

2015

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso objetivou a apresentação de um Plano de Negócio à Pousada Ecológica Araribá. Esta proposta foi adequada às características peculiares do empreendimento. Os principais aspectos do referencial teórico são a definição sobre turismo, meios de hospedagens, pousadas, o universo do empreendedor das micro e pequenas empresas e por fim planejamento e plano de negócio. Para embasamento da pesquisa foram levantadas pesquisas bibliográficas e documentais, aplicação de questionários e entrevista estruturada. Identificou-se que a demanda da pousada é composta por homens acima de 34 anos, com motivação da prática de pesca esportiva e informados sobre a pousada por meio de indicação. Ao confrontar os dados obtidos com o marco teórico verificou-se a necessidade de um plano de negócios para o empreendimento com intuito de orientar seus gestores na resolução de seus problemas referentes à demanda e gestão.

Palavras chave: Turismo; meios de hospedagem; plano de negócio; Pousada Ecológica Araribá;

ABSTRACT

This course conclusion work aimed at presenting a business plan to the Ecological Inn Araribá. This proposal was appropriate to the particular characteristics of the hostel. The main aspects of the theoretical framework is the definition of tourism, accommodation facilities, hostels, the entrepreneur of the universe of micro and small businesses and finally planning and business plan. Foundation for the research were raised bibliographic and documentary research, questionnaires and structured interview. It was identified that the demand of the hostel consists of men over 34 years, with motivation of sport fishing practice and informed the hostel by appointment. By comparing the data obtained with the theoretical framework there is a need for a business plan for the venture in order to guide their managers to solve their problems and demand-side management.

Keywords: Tourism; lodging facilities; business plan; Pousada Ecological Araribá;

AGRADECIMENTOS

Apresentar este Trabalho de conclusão de cursos à Universidade Federal do Paraná, a mim é bem mais que apenas parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Turismo. Este trabalho representa minha vitória pessoal como mulher, como filha e principalmente como mãe, ele representa também a força recebida por meio do apoio de familiares e amigos.

Muitas memórias veem a cabeça ao escrever este agradecimento, formulado em minha mente ao longo dos anos. Quero aqui agradecer em primeiro lugar a Deus e ao meu senhor Jesus Cristo que por muitas vezes ouvirem minhas aclamações e pedidos. Obrigada senhor por sempre iluminar minha mente. Quero agradecer também a todos que fazem parte da minha vida e testemunharam minhas lutas, derrotas e finalmente a tão esperada vitória.

Mãe, obrigada por tudo, pois vejo que todas as coisas que aconteceram em minha vida são consequência das suas escolhas, se fosse enumeras todas às vezes que você acolheu minhas angústias e me fez mais uma vez tentar, creio que não teria espaço suficiente para descrever.

Tio Waldemiro, meu pai do coração, sem o senhor eu não teria chegado onde estou e não seria quem sou, agradeço-lhe por tudo.

Obrigada Ari, meu querido irmão, que testemunhou dia a dia minhas lutas. Obrigada pelo seu empenho em me ajudar neste trabalho.

Rafaela queria lhe escrever uma página inteira de agradecimento. Obrigada por acreditar em mim mais do que eu mesma, obrigada por ter sido o anjo enviado por Deus para intermediar a realização de um sonho, você e sua família são muito importantes para mim.

Robson e Renata, obrigada pelo apoio financeiro, pois sem este eu até poderia ter chegado onde estou, mas com o mesmo foi um pouco mais fácil.

José e Teresa, obrigada por resguardar a pessoa mais importante da minha vida nestes últimos dias de caminhada acadêmica.

Guilherme, obrigada por nos momentos mais críticos da minha vida acadêmica me fazer ver que às vezes a gente precisa simplesmente relaxar.

Querida professora Silvana, agradeço por ter sido mais que minha orientadora. Também agradeço pela força pessoal, pelo apoio e principalmente por sua disponibilidade.

Agradeço também a minha amiga Rosiely Reis. Amiga obrigada por tudo, pelos conselhos, pelas palavras de carinho, pela disponibilidade.

Agradeço também a todos meus queridos professores e para não cometer a gafe de não lembrar o nome de todos, apenas quero deixar aqui o meu muito obrigado, pois, posso não ter citados um a um, mas quero que saibam que em minha mente vocês sempre estarão presentes.

Não posso deixar de citar aqui meu querido chefe Celso Tesser. Obrigado pelo apoio, pelo suporte e por sempre me deixar por os estudos acima de tudo.

E por último, mas não menos importante, quero agradecer uma pessoa por ela simplesmente existir em minha vida, obrigada José Guilherme, meu filho amado, você chegou a minha vida no momento mais vitorioso. Te amo mais que tudo.

Finalmente, agradeço a todos os amigos, familiares e colegas, posso não ter citado todos aqui, mas saibam que vocês direta e indiretamente me ajudaram nessa caminhada.

“Eu tentei 99 vezes e falhei, mas na centésima tentativa eu consegui, nunca desista de seus objetivos mesmo que esses pareçam impossíveis, a próxima tentativa pode ser a vitoriosa” (Albert Einstein, 1879 - 1955).

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 O TURISMO E OS MEIOS DE HOSPEDAGEM	11
2.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM	13
2.2 POUSADA	15
3 O EMPREENDEDORISMO E SUAS FORMAS DE ADMINISTRAR	18
3.1 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	21
3.2 PLANEJAMENTO E PLANO DE NEGÓCIO	23
4 METODOLOGIA	31
4.1 TIPO DE PESQUISA	31
4.2 TÉCNICAS DE PESQUISA	35
4.2.1 ENTREVISTAS	35
4.2.2 QUESTIONÁRIOS	35
4.3 ANÁLISE DA PESQUISA, TABULAÇÃO/INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	36
4.4 DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	37
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	44
5.1 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS	44
5.2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	49
6 PROJETO DE TURISMO	58
6.1 DESCRIÇÃO DA PROPOSTA DO PROJETO	58
6.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO	58
6.2.1 DESCRIÇÃO DAS ETAPAS PARA A EXECUÇÃO DO PROJETO	58
6.2.2 DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS EM CADA ETAPA	59
6.2.3 DESCRIÇÃO DO ORÇAMENTO E DOS DESEMBOLSOS POR ETAPA	59
6.2.4 AVALIAÇÃO DO RETORNO DO INVESTIMENTO	59
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
8 REFERÊNCIAS	78

1 INTRODUÇÃO

Discorrer acerca da atividade turística no Brasil remetendo às suas peculiaridades paisagísticas, culinárias e hospitaleiras, apesar de ser agradável desperta nos profissionais atuantes na área certa preocupação, pois em um panorama de crescimento mundial, comparado a outras potências no setor, o país está caminhando a passos lentos, ainda que contínuos, em relação ao seu desenvolvimento.

O turismo envolve distintos segmentos econômicos como o ecoturismo, turismo de sol e praia, de negócios e eventos e etc. No entanto, para o desenvolvimento destes segmentos, além dos atrativos e motivações para viajar, há a necessidade do envolvimento de infraestrutura básica (transporte, saúde, segurança e etc.) e turística (meios de hospedagem, alimentação, agenciamento, entre outros). Contudo, para a existência desta infraestrutura turística se faz necessária a presença de um relevante ator social, o empreendedor.

O empreendedor é aquele ator social que enxerga a oportunidade onde ninguém vê absolutamente nada, inova, reinventa, é impulsivo e não se acomoda facilmente diante das dificuldades colocadas à sua frente. Diante do caráter multidisciplinar turístico, interagindo com inúmeros setores, entre eles o empreendedorismo, despertou-se o interesse em pesquisar esta temática, que possui grande relevância socioeconômica ao desenvolvimento populacional.

Entre tantas oportunidades de negócios disponíveis no mercado turístico, destacam-se os meios de hospedagem com foco aos empreendimentos familiares, onde algumas pessoas são instigadas a abertura deste tipo de negócio, por meio da herança de propriedades. Há também casos de pessoas que se aposentam e empreendem neste segmento, tanto para complemento de renda, quanto para desenvolver uma atividade que ocupe sua rotina vital.

Os meios de hospedagem destacam-se cada vez mais entre o trade turístico. Para além de um serviço, o mesmo passa a ser um dos atrativos principais do pacote turístico, como por exemplo, entre as categorias de hospedagem denominadas resorts, hotéis fazenda, pousadas ecológicas, ecoturísticas e etc.

Como afirma Marques (2003), sem hotelaria não há turismo, será muito difícil conseguir que todos se deem conta do papel importante da hotelaria, do mesmo modo que é difícil dimensionar a importância de cada estabelecimento no universo hoteleiro”.

Diante deste cenário, este trabalho possui como objeto de estudos a Pousada Ecológica Araribá, que atua há 15 anos no mercado turístico, localizada na comunidade do Tagaçaba, pequeno vilarejo da cidade litorânea de Guaraqueçaba, no estado do Paraná.

Esta pesquisa, por meio dos métodos de pesquisa qualitativa, possui como finalidade identificar os fatores de influência atuantes na Pousada Ecológica Araribá. Estes temas foram expostos respectivamente nos capítulos de Metodologia, Análise dos resultados e Projeto de Turismo.

Este trabalho tem como justificativa a proposição de um plano de negócio para a Pousada Ecológica Araribá, identificando as deficiências que geram sua baixa demanda, e assim, diante dos resultados encontrados, potencializá-la, por meio de mudanças administrativas, de posicionamento e planejamento estratégico.

Duas hipóteses foram levantadas para nortear esta pesquisa, a primeira: A Pousada Ecológica Araribá teria sido aberta sem nenhum planejamento?. Caso tenha ocorrido a falta de planejamento na hora de construir a pousada, a segunda hipótese foi de que: Este teria sido um fator que hoje dificulta a pousada no seu crescimento, e captação de demanda?.

O objetivo geral desta pesquisa foi identificar quais fatores influenciavam no panorama atual da pousada. Para alcançar o objetivo geral foram propostos os seguintes objetivos específicos: Pesquisar sobre os conceitos e as características do turismo e dos meios de hospedagem. Analisar quais fatores internos e externos influenciam no panorama da pousada. Identificar formas alternativas de mudanças para o panorama atual da pousada. Propor um plano de negócio para a Pousada Ecológica Araribá, caso seja identificada a necessidade do mesmo.

Por conseguinte, foi abordado no capítulo 1: O turismo e suas definições, meios de hospedagens e suas atribuições. No capítulo 2: O empreendedorismo, micro e pequenas empresas, e por fim, os objetivos de um plano de negócio e quais suas partes componentes.

2 O TURISMO E OS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Para o entendimento acerca da cadeia turística há a necessidade de entender, afinal, o que é o turismo, para tanto a OMT- Organização Mundial do Turismo (2001), afirma que definir turismo não é algo tão simples assim, pois o conceito de turismo pode ser estudado de diversas perspectivas e disciplinas, dada a complexidade das relações entre os elementos que o forma.

No entanto, ao longo dos anos, algumas definições foram apresentadas acerca do que é o turismo, por exemplo, para a OMT (1994, p. 37) “o turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócio ou outros”.

Para o autor Montejano, o turismo pode ser definido como:

[...] a teoria e a prática de todas as atividades relacionadas com a atração, prestação de serviços e satisfação das necessidades do turista. O turismo é fundamentalmente um conjunto de técnicas baseadas em princípios científicos que têm como finalidade prestar uma série de serviços à pessoa que dedica seu tempo livre para viajar, convertendo - se em turista ou excursionista. (MONTEJANO, 2001, p.1).

Corroborando com esta ideia Bahl (2003), afirma que o turismo pode ser entendido como uma atividade, sobretudo, econômica devido aos agentes que participam do processo de geração de riquezas: de um lado os turistas, agentes consumidores de bens e serviços, de outro lado, as empresas produtoras destes bens ou serviços.

Neste sentido, por conta da potencialização da atividade na economia do país, o turismo para Irving e Azevedo (2002) representa grande impacto na vida moderna da sociedade que dele fizer correto usufruto. Lickoish e Jenkins (2000) afirmam que a atividade turística de acordo com suas características que ultrapassam e impactam vários setores econômicos, sociais, culturais e ambientais, possui caráter frequentemente descrito como multifacetado.

A atividade turística em muitos países em desenvolvimento não se faz prioritária, muitas das vezes, o gestor tem como foco principal a resolução de

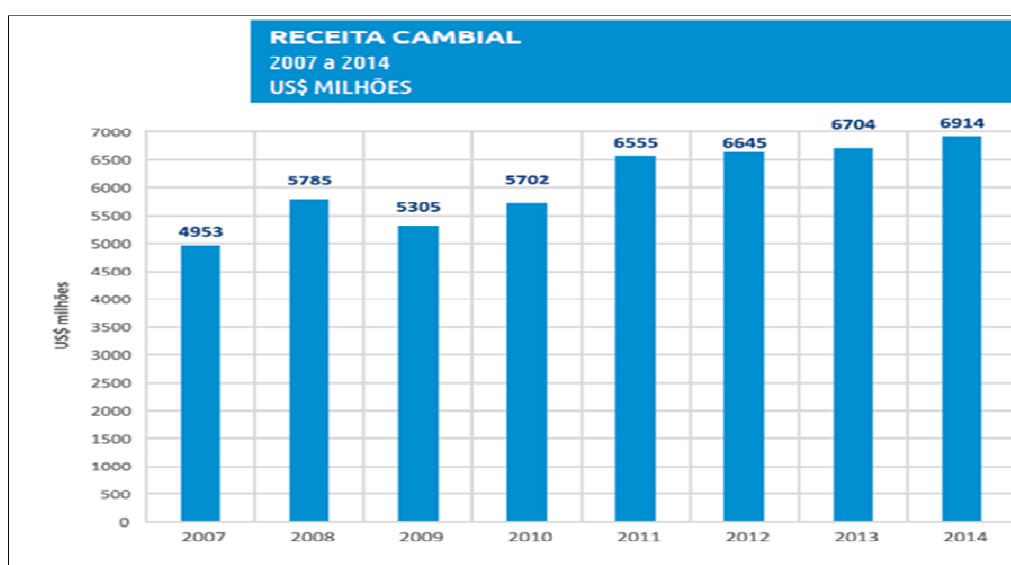
problemas relacionados às suas necessidades de primeira ordem, como saúde, educação, segurança, entre outras.

No entanto, Marques (2003) aborda que os atores sociais de um país não podem olhar para o turismo apenas como um fenômeno exclusivamente do século XX, onde o gestor seja este, público ou privado deve mentalizar a potencialidade da atividade, de modo a educar todos para verdadeira dimensão desta.

Todos os que, de uma forma ou de outra, desempenham funções em atividades ligadas ao turismo não podem, de forma alguma, olhar por alto este fenômeno do século 20, como tem sido qualificado, devendo, pelo contrário, identificar-se com a real importância do turismo. É, sem dúvida, missão do responsável por qualquer empresa turística a mentalização do seu pessoal, ensinando-o a situar o turismo na sua verdadeira dimensão. (MARQUES, 2003, p.19).

O turismo como fator de desenvolvimento econômico-social possui grande relevância para o país. No Brasil, segundo a Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo (PACET), os gastos de turistas totalizaram em 2014 US\$ 6914,00. Este valor foi considerado um recorde comparado aos anos anteriores de acordo com o gráfico abaixo:

GRÁFICO 1 - GASTOS DOS TURISTAS 2007 A 2014



FONTE: PACET (2015).

Estes valores apresentam uma visão mais clara acerca das receitas geradas pelo turismo no Brasil ao longo dos anos. De acordo com a PACET (2015), no que concerne ao faturamento auferido em 2014 (comparado ao de 2013), o setor de turismo como um todo apresentou a seguinte evolução: 69% do mercado consultado indicou ocorrência de majoração; 6%, inalterabilidade; e 24%, diminuição – o saldo de respostas (representado pela diferença entre as assinalações de aumento e as de queda) foi de 45%, com variação média anual de 7,5%.

O panorama acerca da boa fase do setor é devido aos esforços realizados pelas empresas envolvidas, como as agências de viagens, as locadoras de automóveis, os meios de hospedagens, as operadoras turísticas, as empresas organizadoras de eventos, as transportadoras aéreas e rodoviárias e o turismo receptivo.

Para o turismo acontecer vários fatores estão envolvidos, por exemplo, o turista precisa de motivação para viajar, assim como necessita de infraestrutura para se deslocar até ao local desejado, e conseqüentemente também, um meio de hospedagem, serviço este que é tema central deste trabalho e será abordado especificamente no próximo tópico.

2.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM

Segundo Lickoish e Jenkins (2000), são quatro os principais setores de negócios do turismo: transporte, indústria de viagens, acomodações e serviços e atrações turísticas.

Os meios de hospedagem estão presentes desde os registros dos primeiros viajantes, de acordo com Ismail (2004), a história da hospedagem pode ser contada desde os tempos das civilizações da Suméria e do antigo Egito, pois a necessidade de dispor de um local para repousar quando longe de casa é tão antiga quanto o primeiro viajante nômade.

Os primeiros meios de hospedagem eram as casa dos moradores por onde passavam os viajantes, também se tem notícias de que donos de castelos e monastérios começaram a ter sempre quartos vagos para hospedar viajantes, o intuito era conseguir uma renda a mais para manter as propriedades que tinham custos elevados de manutenção. (ISMAIL, 2004).

Na história dos meios de hospedagem, o primeiro local que foi construído apenas para hospedar tem data de 1794 de acordo com a afirmação a seguir:

As primeiras instalações para hospedagem que podem ser efetivamente consideradas como precursoras do hotel moderno foram constituídas em Nova York, em 1794, para operação do City Hotel. Esse foi um marco importante na evolução da hospedagem porque o único propósito daquele estabelecimento era acomodar hóspedes. Todas as hospedarias e estalagens anteriores tinham sido primeiro moradias, que apenas posteriormente foram transformadas em locais destinados à hospedagem. (ISMAIL, 2004, p.4).

Esse foi um marco importante na evolução da hospedagem, porque o único propósito daquele estabelecimento era acomodar hóspedes. Todas as hospedarias e estalagens anteriores tinham sido primeiro moradias, que apenas posteriormente foram transformadas em locais destinados à hospedagem.

No contexto histórico dos meios de hospedagem as pousadas são vagamente citadas, os primeiros locais de descanso de que se têm notícias eram denominadas pousadas, tabernas e pensões. Com a evolução dos meios de hospedagem vieram os hotéis e suas configurações, e tanto as pousadas, quanto as outras denominações perderam valor, e/ou eram vistas como um local inadequado para hospedagem.

Com o passar do tempo, os meios de hospedagem em sua maioria eram hotéis. Atualmente todas as denominações: hotéis, resorts, hotéis fazenda, cama e café, hotéis históricos, pousadas e flats/apart podem ser englobadas como acomodações turísticas.

De acordo com Lohmann e Panosso classificam os meios de hospedagem como:

Os meios de hospedagens, também conhecidos por acomodações turísticas, são aqueles que os turistas usam para pernoitar fora de seu ambiente usual de convivência, podendo ser dividido em dois tipos: comerciais e não comerciais. Os primeiros consistem em estabelecimentos que cobram para que os hóspedes possam usufruir da acomodação. No segundo caso, os turistas ficam na casa de amigos ou familiares ou em residências que tenham em outros destinos. (LOHMANN; PANOSSO, 2008, p. 399).

Em alguns casos o meio de hospedagem pode ser apenas um componente na viagem, ou pode ser a principal motivação do turista, como por exemplo, os resorts e hotéis fazendas.

Ismail (2004) salienta que, o intercâmbio entre as culturas gerou para muitas pessoas a necessidade de viajar e vencer distâncias cada vez maiores. E neste caso, tanto as pessoas que viajavam quanto os moradores dos locais por onde passavam os viajantes viram a necessidade de ter um espaço para abrigar quem chegava.

2.2 POUSADA

Há algum tempo as pousadas começaram entrar em ascensão no mercado turístico, com uma nova proposta, tanto em relação ao custo benefício, quanto em atendimento ao cliente. Marques (2003) aponta que, existem hotéis familiares em toda parte, tanto nas grandes cidades como nas estâncias turísticas. Em nosso país, esses hotéis têm também a designação de pousadas.

Lohmann e Panosso (2008, p. 405), definem pousadas “como aquelas formas que não se encaixam em modalidades definidas de acomodações. Possuem acomodações de padrão médio ou simples, geralmente oferecendo parte da alimentação e apresentando uma administração familiar”.

De acordo com Marques (2003), as pousadas são estabelecimentos com pequena capacidade, destinados a alojar viajantes e fornecer-lhes alimentação. Estes estabelecimentos são mais que apenas abrigo para forasteiros são por muitas vezes, a primeira opção de um turista ao viajar e escolher um meio de hospedagem em determinado destino, constituindo-se assim como elementos de apoio ao turismo.

Para o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem-SBClass (2015) pousada é um empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.

A ascensão deste meio de hospedagem veio junto a uma infraestrutura diferenciada, bem mais modesta do que os demais estabelecimentos. Entretanto, a infraestrutura modesta ou distinta, aliada ao atendimento peculiar fez com que as pousadas ganhassem mercado, chamando a atenção de uma demanda que já estava cansada de vivenciar as mesmas experiências em hotéis com atendimentos padronizados.

De acordo com Andrade e Jorge (2015), a presença da administração familiar, aliada ao atendimento simples e mais personalizado fez com que as pousadas ganhassem fama de aconchegantes e hospitaleiras. Estes meios de hospedagem, em sua maioria são construídas em cidades pequenas e meios rurais.

Para o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial- SENAC (2007) as exigências da modernidade e dos consumidores têm motivado os pousadeiros a apostar em organização e qualidade. Das simples às mais sofisticadas, com muitas ou poucas unidades habitacionais, urbanas ou ecológicas.

As ofertas de equipamentos como os meios de hospedagem de pequeno porte, apresentam-se como uma proposta diferenciada sobre a estrutura hoteleira. Cada vez mais são encontradas pousadas, onde antes, era apenas uma simples chácara ou um prédio histórico que estava fechado.

Muitos são instigados a abrirem seu próprio negócio no Brasil. Para o SENAC (2007) administrar um pequeno negócio hoteleiro passou a ser o projeto de

vida de muitos profissionais liberais ou mesmo de empregados graduados de importantes empresas.

Com relação ao setor turístico, além do empresário lidar com as situações corriqueiras de um negócio, ele também deve preocupar-se com fatores influenciadores na oscilação da demanda, tais como a sazonalidade, o correto direcionamento do seu produto, análise da concorrência e etc.

Neste capítulo foi considerado que o turismo como atividade econômica possui grande relevância para o desenvolvimento de um país, compreendendo assim, que investimentos e planejamento para esta atividade são de extrema importância. Em relação aos meios de hospedagem foi abordada a sua importância durante o processo da viagem de um turista, apontando a relevância deste setor para o crescimento da atividade.

No próximo capítulo serão abordados temas como empreendedorismo, micro e pequenas empresas, planejamento e plano de negócio. O tema meio de hospedagem, citado neste capítulo, está correlacionado com os temas planejamento e plano de negócio, pois como o meio de hospedagem é uma empresa se faz importante saber mais acerca do planejamento e plano de negócio, ferramentas estas que auxiliam na gestão correta de um empreendimento.

3 O EMPREENDEDORISMO E SUAS FORMAS DE ADMINISTRAR

A palavra empreendedorismo é ouvida com certa frequência no cotidiano. De acordo com Bahl o termo empreendedorismo é definido como:

É uma livre tradução da palavra entrepreneurship e significa fazer coisas novas, ou seja, significa enxergar necessidades e desejos (reais ou potenciais) em um determinado mercado – alvo e buscar transformá-los em excelentes oportunidades de negócio. Atualmente, o empreendedorismo tem uma grande abrangência, tratando de temas como a geração de auto-emprego, empreendedorismo comunitário, intra-empendedorismo e políticas públicas. (BAHL, 2003, p.120).

Para este trabalho foi considerado como mais importante e esclarecedor saber mais acerca do empreendedor, indivíduo central do empreendedorismo. Segundo Bahl :

[...] agentes de desenvolvimento econômico que poderão mudar o enfoque da atividade turística e investir em planejamento para diminuir os impactos sobre a sociedade e o ambiente em que eles atuarão. No turismo, estes profissionais não podem visar somente ao seu lucro, pois a qualidade de vida da população e, principalmente, a especialização de mão-de-obra devem ser investimentos prioritários, bem como a formação, preparação e o envolvimento da comunidade local no empreendimento turístico, elementos fundamentais para a sustentação e desenvolvimento da atividade. (BAHL, 2003, p.122).

Para o autor a preocupação do empreendedor turístico não pode apenas se voltar ao lucro, pois a qualidade de vida da população e, principalmente, a especialização de mão-de-obra devem ser investimentos prioritários, bem como a formação, preparação e o envolvimento da comunidade local no empreendimento turístico, elementos essenciais para a sustentação e desenvolvimento da atividade.

De acordo com Fillion e Dolabela (2000) o empreendedorismo abrange todas as atividades humanas, por isso, é um erro achar que um empreendedor tem que ser especialista em administração. Na verdade, ele só precisa dominar a técnica de perguntar e cercar - se de pessoas que possam complementar seus conhecimentos e habilidades pessoais. A pergunta é a função essencial do empreendedor;

conseguir a resposta é a tarefa necessária, porque significa a ação criativa, inovadora.

O estudo do empreendedorismo no Brasil realizado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) considera o empreendedorismo como “qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”. (GEM, 2013, p. 3).

A autonomia é uma das motivações para a abertura de empresas. Segundo Gimenez (2013) para muitos ter um negócio próprio significa a disposição de tempo da forma como melhor interessar, sem necessitar dar satisfações a ninguém, muito menos a um patrão.

No entanto, para Dornelas et al (2008), essa sensação de autonomia pode ser uma utopia, pois os empreendedores estão longe de serem independentes e têm de servir a muitos grupos de pessoas, incluindo sócios, investidores, clientes, fornecedores, credores, empregados, famílias e aqueles envolvidos em serviços sociais e comunitários.

O empreendedor também busca abrir uma empresa para poder sobreviver da mesma, de acordo com o estudo GEM (2013), existem 2 tipos de motivações: o empreendedor por necessidade que vê na abertura do seu negócio oportunidade de autonomia na geração de renda para si e seus familiares. E o empreendedor por oportunidade que identificam uma chance de negócio e decidem empreender, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda.

O estudo do empreendedorismo no Brasil é realizado pelo (GEM, 2013), em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBPQ) e o centro de empreendedorismo e novos negócios da Fundação Getúlio Vargas (FGV), com o apoio do SEBRAE traça o perfil do empreendedor brasileiro de acordo com a tabela abaixo:

TABELA 1 – PERFIL DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO

Características sociodemográficas	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
	% dos empreendedores iniciais					
Gênero						
Masculino	47,8	43,4	50,9	43,5	48,8	43,2
Feminino	52,2	56,6	49,1	56,5	51,2	56,8
Faixa etária						
18-24 anos	17,1	16,3	18,7	19,7	16,3	16,3
25-34 anos	33,1	32,2	33,4	34,3	33,6	30,2
35-44 anos	25,8	26,4	24,1	22,1	26,9	26,2
45-54 anos	17,1	17,5	18,0	16,3	15,8	20,9
55-64 anos	7,0	7,7	5,7	7,6	7,4	6,4
Grau de escolaridade						
Menor que segundo grau completo	50,9	51,0	41,9	55,2	52,6	58,4
Segundo grau completo	35,1	33,2	42,1	27,6	35,3	26,1
Maior que segundo grau completo	14,0	15,8	15,9	17,2	12,1	15,5
Tamanho da família						
Até 4 pessoas	77,2	64,4	76,7	79,7	77,3	84,3
5 ou mais pessoas	22,8	35,6	23,3	20,3	22,7	15,7
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	61,6	73,4	66,0	62,0	58,2	58,9
3 a 6 salários mínimos	28,6	18,9	26,7	27,5	30,1	33,3
6 a 9 salários mínimos	5,92	5,53	5,21	3,32	7,05	4,21
Mais de 9 salários mínimos	3,94	2,17	2,08	7,20	4,71	3,53
Estado ou país de origem do empreendedor						
Natural da cidade	57,5	46,2	65,6	44,8	57,7	56,7
Natural do Estado (ou Unidade da Federação)	27,2	30,9	28,5	24,0	25,5	31,9
Natural de outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	15,3	22,8	5,9	31,2	16,8	11,4
Já morou em outro Estado (ou Unidade da Federação) ou outro país	26,6	34,0	26,3	42,4	22,2	31,1
Fonte: GEM Brasil 2013						
Exemplo: 47,8% dos empreendedores iniciais do Brasil são do sexo masculino						

FONTE: SEBRAE (2015).

O perfil do empreendedor brasileiro, mostrado na tabela acima demonstra que em sua maioria o brasileiro empreendedor vem de uma família grande, com pouca escolaridade, com renda relativamente baixa. Esses fatores são influenciadores para o brasileiro empreender na busca de melhorias de vidas.

Em 2013 o empreendedorismo no Brasil teve uma estimativa de acordo com o GEM, iniciais e estabelecidos de 32,3%, representa cerca de 40 milhões de pessoas, indicando o expressivo contingente de indivíduos de 18 a 64 anos envolvidos na criação ou administração de algum tipo de negócio e, portanto, a relevância do empreendedorismo no Brasil: 21 milhões de empreendedores iniciais e 19 milhões de empreendedores estabelecidos.

Para o turismo o empreendedorismo é visto como um facilitador do desenvolvimento da atividade, de acordo com Bahl:

O turismo possibilita a distribuição da renda, a valorização do capital intelectual e da capacidade empreendedora, a partir de sua necessidade de possuir pequenos empreendimentos para inovar o produto turístico. Os atrativos locais, o meio ambiente, a história e a cultura regional e, principalmente, o relacionamento gerencial nas áreas públicas e privadas, serão facilmente transformados em empreendimentos turísticos nas regiões em que a cultura empreendedora estiver disseminada. (BAHL, 2003, p.121).

Para o autor os atrativos locais, o meio ambiente, a história e a cultura regional e, principalmente, o relacionamento gerencial nas áreas públicas e privadas, serão facilmente transformados em empreendimentos turísticos nas regiões em que a cultura empreendedora estiver disseminada.

Os empreendedores, em sua maioria, começam suas empresas como micro e pequenas empresas ou como MEI, assim como foi o caso da Pousada Ecológica Araribá. Neste sentido, se faz importante também verificar o universo das micro e pequenas empresas.

3.1 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Em todos os setores do mercado e de negócios é possível encontrar micro e pequenas empresas. Para empresas que são enquadradas neste perfil foi criado o Estatuto da Micro e Pequena empresa, instituído pela LEI Nº 9.841, de 5 de outubro de 1999 (BRASIL, 1999) . No estatuto estas são caracterizadas como a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais).

No Decreto nº 5.028, de 31 de março de 2004, o limite de receita bruta anual das microempresas foi reajustado para R\$ 433.755,14 (quatrocentos e trinta e três mil, setecentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos) (BRASIL, 1999).

Ainda de acordo com o instituído pela LEI Nº 9.841, de 5 de outubro de 1999 a empresa de pequeno porte, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que, não enquadrada como microempresa, e tiver receita bruta anual superior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais) e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais) (BRASIL, 1999).

Segundo a cartilha Tratamento Diferenciado às Micro e Pequenas Empresas - Legislação para Estados e Municípios, da Secretária da Micro e Pequena Empresa- SMPE (2013) as microempresas, empresas de pequeno porte e os microempreendedores individuais contribuem com parcela considerável da geração de emprego e renda em todo o país.

Em âmbito local este setor desempenha papel ainda mais relevante, pois movimenta a economia das cidades e colabora para a arrecadação de tributos a serem revertidos em serviços e investimentos de interesse da população. Por este motivo, os governos devem trabalhar para implementação de políticas públicas necessárias para suporte e incentivo ao seu desenvolvimento.

As microempresas, empresas de pequeno porte e os microempreendedores individuais são importantes para a economia e geram empregos em todo país. Neste sentido, se faz importante também entender o perfil do microempreendedor individual (MEI) que é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário.

Para ser um microempreendedor individual é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O MEI também pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria. A Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um MEI legalizado. Entre as vantagens oferecidas por esta lei está o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais.

O portal do Portal do Microempreendedor Individual - MEI (2015) ressalta que O MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL). Assim, pagará apenas o valor fixo mensal de R\$ 40,40 (comércio ou indústria), R\$ 44,40 (prestação de serviços) ou R\$ 45,40 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo. Com essas contribuições, o Microempreendedor Individual tem acesso a benefícios como auxílio maternidade, auxílio doença, aposentadoria, entre outros. (MEI, 2015).

Segundo o SEBRAE (2007, P.7) foram abertas mais de 500 mil empresas no Brasil. As empresas cadastradas no Portal do Microempreendedor Individual – (MEI) em 2015 em todo o Brasil somaram 5 milhões.

Um planejamento adequado garante o sucesso de qualquer empresa, ainda que esta seja de pequeno porte, qualquer negócio para ser salvo de instabilidades deve ter um planejamento. Portanto, é necessário saber mais acerca do plano de negócio, ferramenta importante para a abertura de um empreendimento, tema este abordado no capítulo a seguir.

3.2 PLANEJAMENTO E PLANO DE NEGÓCIO

O planejamento está presente em todos os momentos e em todos os lugares, ainda que não seja percebido. Para Bernard:

Existem vários entendimentos e certa controvérsia quanto ao que seja planejamento; por desconhecimento, é visto como tomada de decisões futuras, previsão, adivinhação, bola de cristal, entre outros; para outros, pura perda de tempo, dadas as incertezas e a turbulências. (BERNARD, 2006, p. 5)

Dentre as várias formas de planejar o empreendimento, o planejamento estratégico possui grande relevância, de acordo com Fontes Filho (2006), este é um processo gerencial que possibilita estabelecer um rumo a ser seguido pela empresa, com vistas a obter um nível de otimização na sua relação com o ambiente externo.

Para o autor mesmo o planejamento estratégico não resolvendo todos os problemas da empresa, vale ressaltar que com esta ferramenta ela terá como benefícios:

[...] a identificação, priorização e exploração de oportunidades; Permite uma visão objetiva dos problemas gerenciais; Melhora a coordenação e controle das áreas da empresa e suas atividades; Contribui para minimizar os efeitos de condições adversas e de mudanças no ambiente de negócios; Permite que as decisões tenham maior abrangência, uma vez que estão voltadas para apoiar os objetivos estabelecidos; Assegura uma alocação mais efetiva de tempo e recursos para determinada oportunidade de negócio; Promove uma estrutura de referência para comunicação interna com o pessoal, com base nos objetivos; Ajudar a integrar o comportamento das pessoas ao esforço global e estabelecer metas de desempenho, bonificação e clarificação das responsabilidades individuais; Fortalece o pensamento prospectivo, voltado para o futuro e a análise externa à empresa; Estimula o comportamento de empreendedorismo interno e uma atitude favorável frente às mudanças. (FONTES FILHO, 2006, p.16).

Fontes Filho (2006) aponta que o planejamento estratégico permite que as decisões tenham maior abrangência, uma vez que estão voltadas para apoiar os objetivos estabelecidos, assegurando uma alocação mais efetiva de tempo e recursos para determinada oportunidade de negócio, estimulando o comportamento de empreendedorismo interno e uma atitude favorável frente às mudanças.

Algumas vezes o planejamento não é utilizado pelas empresas, o que segundo Bernard (2006), ocorre até pelas próprias circunstâncias e características típicas das empresas brasileiras, notadamente nas pequenas e médias empresas, o tempo dedicado ao planejamento é insuficiente, dado ao envolvimento do empreendedor em todos os assuntos da empresa. Principalmente nos estágios iniciais, as atividades resumem-se basicamente na solução de crises quotidianas, pelas vulnerabilidades típicas, pela conjuntura e até pelas origens do empresário.

Entre as ferramentas de planejamento de uma empresa, o plano de negócio é uma das mais relevantes, de acordo com Fontes Filho:

É um relatório ou documento de trabalho onde são detalhados, de forma clara e objetiva, todos os aspectos importantes de um novo empreendimento, incluindo as oportunidades de negócio identificadas, a definição de objetivos esperados, os recursos e ações necessárias seu alcance, e a forma como o empreendimento será gerenciado para o alcance dos objetivos. (FONTES FILHO, 2006, p. 87).

Um plano de negócio pode ser feito com intuito de propor uma ideia nova ou a melhorar um produto/ serviço já existente. De acordo com o SEBRAE (2007), o plano de negócio é o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio.

De acordo com Bernard:

O desenvolvimento do plano de negócios conduz e obriga o empreendedor ou empresário a concentrar-se na análise do ambiente de negócios, nos objetivos, nas estratégias, nas competências, na estrutura, na organização, nos investimentos e nos recursos necessários, bem como no estudo de viabilidade do modelo do negócio. Por essa análise, detectam-se as possíveis vulnerabilidades e ameaças do negócio e as contramedidas necessárias, bem como as oportunidades e as forças delineando uma trilha estratégica congruente ao negócio. (BERNARD, 2006, p.4).

Corroborando com esta ideia Fontes Filho (2006), afirma que o plano de negócio é um roteiro que descreve os passos para a empresa ou uma unidade atingir objetivos específicos. No plano estratégico são definidos em quais negócios a empresa pretende atuar e com que intensidade, no plano de negócios são apresentadas as ações que deverão ser realizadas para atingir os objetivos esperados em cada negócio, particularmente.

Ainda segundo Fontes Filho:

[...] escrito pelo empreendedor, podendo se utilizar do auxílio de colaboradores ou consultores externos, mas é certamente sua a principal responsabilidade pelo plano, uma vez que será seu principal usuário, defensor e propagador. Como orientador do negócio, o plano deve ser útil para comunicar os objetivos do negócio aos empregados, facilitando com isso sua adesão ao plano e contribuindo para melhorar seu comprometimento. E como cartão de visitas que o empreendedor deve sempre ter à mão. (FONTES FILHO, 2006, p. 88).

No plano de negócio todas as ideias devem ser claras e ter etapas específicas a serem seguidas. A linguagem deve ser de fácil entendimento, sua apresentação deve ser objetiva e atrativa para quem irá executá-lo. O plano de

negócio é um documento e deve ser apresentado com escrita formal, de acordo com o meio comercial em que for apresentado.

A estrutura de um plano de negócio deve conter todas as informações específicas da empresa, para que os colaboradores e financiadores consigam ter uma visão panorâmica sobre como a mesma se encontra, quais oportunidades oferece, quais objetivos almeja atingir e quais as etapas para atingir estes objetivos.

Um plano de negócio deve conter como estrutura básica um sumário executivo que, segundo Fontes Filho (2006), é o primeiro capítulo do plano de negócios, mas deve ser o último a ser escrito, pois sintetiza as informações sobre o plano e seus principais objetivos.

Ainda seguindo o modelo de plano de negócio proposto pelo autor, este documento deve conter a descrição do negócio com suas características, sua situação financeira e seu planejamento estratégico. Devem ser demonstradas quais as oportunidades de negócio, análises de mercado, a situação atual da área em que se deseja desenvolver a empresa.

Para Filion e Dolabela (2000) como opção em um plano de negócio, pode-se desenvolver uma análise estratégica e de mercado, contendo como ferramenta de análise o método (FFOA) que são:

[...] como diz o nome, leva em conta os seguintes elementos=forças; F=fraquezas; O=oportunidades; A=ameaças. O que esse método propõe é um exercício de introspecção, pelo qual o empreendedor vai avaliar suas forças e fraquezas, assim como as oportunidades de negócio ou as ameaças que o ambiente representa para ele. (FILION; DOLABELA, 2000, p. 36).

De acordo com os autores, o que esse método propõe é um exercício de introspecção, pelo qual o empreendedor vai avaliar suas forças e fraquezas, assim como as oportunidades de negócio ou as ameaças que o ambiente representa para ele.

Segundo Fontes Filho (2006) o plano de negócios também deve conter um plano de marketing e vendas. Na estratégia de marketing devem ser definidos os denominados 4Ps que se referem ao produto, preço, ponto de distribuição/venda e promoção. Um plano financeiro deve ser definido registrando como será o fluxo de

caixa da empresa, bem como serão controlados os gastos deste negócio, nesta etapa também são definidos os riscos e as vantagens de se ter a empresa.

Segundo o autor, um plano de negócio permite:

Permite focalizar os objetivos do negócio, minimizando a possibilidade de dispersão de esforços. Permite dimensionar a necessidade dos recursos, em termos de montante total e sua exigência ao longo do tempo, para executar as diversas etapas necessárias à construção do empreendimento; Apresenta instrumento que permitem avaliar as chances de sucesso do negócio e facilitar o acesso a investidores. Permite verificar como os diversos aspectos do empreendimento estão interligados em torno de um objetivo de resultados. Facilita o detalhamento das etapas e, conseqüentemente, o gerenciamento das atividades de um empreendimento com foco nos objetivos definidos. Facilita a comunicação com outros interessados no empreendimento, tais como fornecedores, sócios, investidores, empregados, e mesmo com familiares, que passam, a saber, o que esperar e o esforço que deverá ser despendido, podendo também avaliar as possibilidades de sucesso. (FONTES FILHO, 2006, p. 89).

Para Dornelas (2008) o processo do plano de negócios pode não só evitar que o empreendedor persiga uma má oportunidade, mas também ajudá-lo a transformar suas visões originais em melhores oportunidades. O autor também define que existem tipos diferentes de negócios sendo eles: plano ajustado que é feito caso haja a necessidade de capital externo, para satisfazer a investidores e financiadores.

O Plano operacional, segundo o autor destina-se primordialmente ao empreendedor e à equipe para conduzirem o desenvolvimento, lançamento e crescimento inicial da empresa. O Plano compacto tem como propósito proporcionar uma concepção inicial do negócio, uma sistematização mais concisa da oportunidade, do pessoal e das necessidades financeiras.

Muitos autores descrevem como desenvolver um plano de negócios para empresas, em sua maioria, a concepção destes planos muda pouca coisa de um autor para outro. O modelo de plano de negócio dos autores Filion e Dolabela (2000) é considerado o mais adequado para a Pousada Ecológica Araribá, pois para estes autores o plano de negócio é antes de tudo, o processo de validação de uma ideia que o empreendedor realiza através do planejamento detalhado da

empresa. Ao prepará-lo terá elementos para decidir se deve ou não abrir a empresa que imaginou, lançar um novo produto que concebeu, proceder uma expansão e etc.

No modelo de plano de negócio dos autores Filion e Dolabela (2000), o plano de negócio deve ter como componentes quatro itens: Parte I Sumário executivo; Parte II A Empresa; Parte III Plano de Marketing; Parte VI Plano Financeiro. Todos estes itens contam com subtemas, assim há a necessidade de descrição de um a um e suas atribuições.

De acordo com os autores o Sumário Executivo é a definição sintética do Plano de Negócio, este indica como a empresa será estruturada para iniciar suas atividades, os produtos e serviços que serão oferecidos, as características do mercado almejado, bem como as estratégias a adotar. Além destas informações, o sumário também poderá conter os principais atributos que a empresa apresenta.

Com relação ao tópico: produtos, serviços e a tecnologia, Dolabela (2000), afirma que o texto deve garantir o perfeito entendimento do leitor, pois apresenta as principais características dos produtos/serviços oferecidos pela empresa, bem como a tecnologia empregada para realizá-los.

Neste sentido, para o autor, o item mercado potencial é o que define o segmento da população que será visado, com suas características (renda, faixa etária, potencial de compra etc.) e necessidade a serem satisfeitas pelo produto/serviço.

No item elementos de diferenciação Dolabela (2000) aponta que estes constituem as vantagens comparativas frente à concorrência (ou vantagens competitivas). São as características dos produtos/serviços que os tornam únicos diante dos olhos do consumidor, atraindo sua preferência. As estratégias de marketing e as vantagens competitivas são, na maioria dos casos, os fatores mais expressivos para diferenciar uma empresa de outro.

Com relação à de previsão de vendas, o autor afirma que é esta é uma estimativa da demanda feita em função do segmento de mercado pretendido, das tendências mercadológicas a curto, médio e longo prazo, da capacidade do público-alvo de aceitar e absorver o novo produto/serviço e da competência e capacidade de comunicação e de vendas da empresa.

Quanto ao item rentabilidade e projeções financeiras Dolabela (2000) aponta que estes constituem os mais importantes indicadores do controle e da solvência do negócio, sendo utilizadas pelo empreendedor para conduzir suas atividades dentro dos parâmetros planejados, corrigir desvios e se adequar às mudanças na conjuntura. Permite a confrontação entre resultados esperados e reais e a avaliação precisa do desempenho da empresa como um todo ou de produto/serviços isolados.

Em relação às necessidades de financiamento, o autor afirma que na grande maioria dos casos, o empreendedor não dispõe de recursos próprios para a montagem e posta em marcha do seu empreendimento. É necessário, então, dimensionar as necessidades de financiamento e fazer a análise de suas fontes possíveis.

Para Dolabela (2000), na concepção do plano de negócio a empresa deve ter uma Missão que descreve a filosofia da empresa, seus propósitos e razão de existir (a missão orienta todas as decisões e ações da empresa; depois de iniciada a operação, é fundamental que todos os seus colaboradores percebam claramente qual a contribuição de suas atividades para o alcance da missão).

Quanto ao item objetivos, para o autor a empresa deve estabelecer seus objetivos de curto, médio e longo prazo e a forma como irá alcançá-los em função do foco principal de seu negócio.

Com relação à estrutura organizacional e legal Dolabela (2000), afirma que esta é o corpo orgânico, isto é, aqueles que efetivamente realizam as operações no dia-a-dia; estrutura legal é a forma adotada para constituição da empresa.

Ao expor a síntese das responsabilidades da equipe dirigente o autor aponta que este item consiste na descrição sumária das principais funções dos dirigentes da organização, bem como na apresentação de seus currículos, que constituem um dos alvos prediletos de investidores e capitalistas de risco.

Ao tratar sobre plano de operações Dolabela (2000), aponta que este item trata da forma como a empresa se organiza internamente para executar as tarefas rotineiras e atender aos clientes de maneira eficiente e diferenciada.

Em referência à parte das parcerias o autor que estas também são chamadas de “alianças estratégicas”, as parcerias são conexões estabelecidas com organizações ou pessoas com o objetivo de agregar valor e qualidade aos

produtos/serviços. Elas envolvem colaboração na busca de objetivos comuns e geração de benefícios para todas as partes envolvidas.

Dolabela (2000), afirma que em relação ao plano de marketing, o mesmo é constituído por ações em dois momentos: análise prévia de mercado e estratégia a ser executada após o início da operação. A análise de mercado é voltada para o conhecimento de clientes, concorrentes, fornecedores e do ambiente em que a empresa vai atuar, tendo por objetivo saber se o negócio é realmente viável. Na estratégia de marketing, faz-se o planejamento da forma como a empresa oferecerá seus produtos ao mercado, visando otimizar suas potencialidades de sucesso.

E por fim, o autor aponta que o plano financeiro é um conjunto de informações, controles e planilhas de cálculos que, sistematizadas em diferentes documentos contábeis, compõem as previsões referentes à operação e servem como ferramentas gerenciais para o planejamento financeiro da empresa. Ele é utilizado também como documento para divulgar a empresa, convencer parceiros, investidores, captar capital de risco. É uma boa ferramenta para fornecedores e instituições bancárias fazerem a análise de crédito da empresa

Verificou-se neste capítulo que o empreendedor é peça essencial para o sucesso da economia do país, por meio das micro e pequenas empresas. Em relação ao planejamento e o plano de negócio, verificou-se que estas duas ferramentas são de extrema importância para a correta gestão empresarial, conformando que a falta destes instrumentos tornam inviáveis, em muitos casos, a sobrevivência de uma empresa.

4 METODOLOGIA

A pesquisa para ser desenvolvida necessita de informações consistentes para validar seus objetivos propostos. As formas como estas informações são captadas, por meio da metodologia aplicada, determinam o sucesso ou não, dos resultados obtidos. Neste sentido, Gil (2002), afirma que a metodologia é responsável pela descrição dos procedimentos a serem seguidos na realização da pesquisa. E que sua organização varia de acordo com as peculiaridades de cada pesquisa.

Para Lakatos e Marconi (2010), a metodologia de pesquisa é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros – traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

4.1 TIPO DE PESQUISA

Esta pesquisa caracteriza-se por apresentar caráter exploratório, onde de acordo com Gil, (2009, p. 27-28) “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”.

Corroborando com esta ideia Dencker (1998), aponta que a pesquisa exploratória procura aprimorar ideias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares. As formas mais comuns de apresentação das pesquisas exploratórias são pesquisa bibliográfica e o estudo de caso.

Para Triviños (1987, p.108) “os estudos exploratórios permitem ao investigador aumentar sua experiência em torno de determinado problema”. Assim, além de descrever como é o ambiente da pousada, e abordar o que já é conhecido sobre ela, a pesquisa procurou analisar características específicas dos serviços oferecidos no empreendimento.

Ainda de acordo com Triviños (1987) o pesquisador parte de uma hipótese e aprofunda seu estudo nos limites de uma realidade específica, buscando antecedentes, maior conhecimento para, em seguida, planejar uma pesquisa descritiva ou de tipo experimental.

Neste sentido Gil (2009), aponta que a pesquisa descritiva é aquela que tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.

Esta pesquisa classifica-se como qualitativa, pois de acordo com Dencker (1998, p.103), “as pesquisas qualitativas caracterizam-se pela utilização de metodologias múltiplas, sendo as mais utilizadas a observação (participante ou não), a entrevista em profundidade e a análise de documentos.”

Portanto, a análise da investigação qualitativa criou uma confrontação com os dados obtidos no caráter exploratório descritivo.

QUADRO 1 – OBJETIVOS DO TRABALHO

Objetivos	Hipóteses
Pesquisar os conceitos propostos no marco teórico	----
Analisar que fatores internos e externos influenciam no panorama da pousada	A Pousada Ecológica Araribá foi aberta sem nenhum planejamento
Propor um plano de negócio para a Pousada Ecológica Araribá	A falta de planejamento na hora de construir a pousada é um fator que atualmente esteja atrapalhando a pousada no seu crescimento e captação de demanda

FONTE: A autora (2015).

Dencker (1998), afirma que nenhuma pesquisa se inicia do nada. Toda investigação é parte de um processo cumulativo de aquisição de conhecimento e se enquadra em um modelo teórico a partir do qual se fazem deduções. Neste sentido, há a necessidade de recorrer à pesquisa bibliográfica que para Gil (2002) é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum

tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. Boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisa bibliográfica.

Nesta pesquisa foram utilizadas fontes de dados secundários, através de análise de livros, trabalhos de conclusão de graduação, publicação em periódicos, matérias de revistas que condizem com o tema da pesquisa e sites governamentais. Também se fez uso do método de dados primários ou pesquisa de campo que, segundo Gil (2009, p. 55), “se caracteriza pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento deseja conhecer”. Este método se deu por meio de roteiros de entrevista compostas por perguntas abertas e fechadas com os proprietários e colaboradores da pousada, assim também com os hóspedes que estiveram na Pousada no ano de 2015.

A pesquisa documental também é muito relevante por apresentar as fontes primárias do objeto de estudo, ou seja, documentos pessoais ou privados que muitas vezes estão apenas em arquivos internos tanto de instituições públicas ou empresas. Para Gil (2002) a pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

Após a investigação acerca do tema da pesquisa, elaborado por meio das técnicas acima descritas, para alcançar os objetivos deste trabalho foi necessário também, a descrição da forma de coleta de dados, abaixo informados.

QUADRO 2 – PRINCIPAIS REFERÊNCIAS DO MARCO TEÓRICO

REFERÊNCIAS – MARCO TEÓRICO	
TEMA	AUTORES
Turismo	BAHL, M. Mercado turístico Áreas de Atuação . São Paulo: Roca, 2003. LICKORISH, J.L: JENKINS, L. C. Introdução ao Turismo . Rio de Janeiro: Campus, 2000. MONTEJANO, M.J. Estrutura do Mercado Turístico . 2 ed.São Paulo: Roca,2001
Meios de Hospedagem e Pousadas	ISMAIL, A. Hospedagem: Front Office e Governança. São Paulo: Thomson, 2004. MARQUES, A. J. Introdução à Hotelaria . São Paulo: Edusc, 2003.
Empreendedorismo	SEBRAE. Empreendedorismo no Brasil 2013 .
Micro e Pequenas Empresas	SEBRAE. Como Elaborar um Plano de Negócio : Brasília, SEBRAE, 2007. PORTAL DO EMPREENDEDOR. MEI : Brasil, 2015
Planejamento e Plano de Negócio	FONTES, F.R.J. Planejamento estratégico da pequena e média empresa : aplicações no setor turístico. Rio de Janeiro: Publit Soluções Editoriais, 2006. DOLABELA, F. O Plano de Negócio e seus Componentes. In: FILION, L. J: DOLABELA, F. Boa Ideia! E Agora? . São Paulo: Editora de Cultura, 2000.p.164-212.

FONTE: A autora (2015).

Para Dencker (1998, p.137) “a coleta de dados é a fase do método de pesquisa que tem por objetivo obter informações sobre a realidade.” Assim, serão descritos a seguir como e quais instrumentos de coleta de dados foram utilizados para a obtenção de informações necessárias acerca do objeto de estudo em questão.

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado a pesquisa de campo, por meio de uma entrevista com o dono da Pousada Ecológica Araribá. A pesquisa de campo de acordo com Lakatos; Marcone (2010) é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimento acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, de descobrir novos fenômenos ou relações entre eles. Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los.

4.2 TÉCNICAS DE PESQUISA

Nas técnicas de pesquisa serão descritos como, quando e onde foram obtidos os dados desta pesquisa.

4.2.1 ENTREVISTAS

Com intuito de conhecer todos os aspectos físicos, administrativos e descritivos sobre o objeto de estudo, Pousada Ecológica Araribá, foi utilizada uma entrevista com os donos do meio de hospedagem. Por meio da entrevista foi possível obter informações acerca das deficiências deste empreendimento, o que os donos pensam em relação ao negócio e as expectativas sobre o futuro do mesmo. O modelo de entrevista utilizado foi a semiestruturada, a mesma ocorreu no mês de agosto, o respondente foi o dono da pousada, o senhor Waldemiro, também contando com a presença da esposa do senhor Waldemiro.

4.2.2 QUESTIONÁRIOS

Para a coleta de dados foram aplicados questionários à demanda da Pousada Ecológica Araribá. Para Lakatos e Marcone (2010) o questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas,

que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Em geral, o pesquisador envia o questionário ao informante, pelo correio ou por um portador; depois de preenchido, o pesquisador devolve-o do mesmo modo.

A aplicação destes questionários objetivou a identificação de como o ocorreu o processo de hospedagem, desde a reserva até o fim da estadia na pousada, questionário este necessário para investigar se esta demanda condiz com a proposta apresentada pela pousada.

Com os questionários identificou-se o perfil do frequentador da Pousada Ecológica Araribá, por meio da idade, sexo e a motivação para conhecer a pousada, também foram identificadas os meios de comunicação que os levaram até a hospedagem, se foram por meio da internet, amigos, parentes entre outros.

As etapas de coletas de dados desta pesquisa começaram no mês agosto, com intuito de aproveitar o mês de agosto, setembro e outubro, para contato com os turistas e aplicação dos questionários aos mesmos.

As datas de aplicação dos questionários foram escolhidas estrategicamente para conseguir o máximo de entrevistas, já que como descrito neste trabalho, a pousada encontra-se com baixa demanda, obtendo, muitas vezes, nos finais de semanas e feriados 0% de habitação.

Para aplicação dos instrumentos de coletas de dados o pesquisador contou com o auxílio dos donos da Pousada Ecológica Araribá, que ficaram responsáveis em aplicar os questionários a todos os hóspedes do período do mês de agosto até o final do mês de outubro. A aplicação do questionário para os donos da Pousada Ecológica Araribá, também foi feita no mês de agosto antecedendo a aplicação dos questionários aos hóspedes.

4.3 ANÁLISE DA PESQUISA, TABULAÇÃO/INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Após a coleta dos dados foi feita uma análise sobre todo o conteúdo da pesquisa, verificando os resultados, de acordo com a descrição metodológica, confrontando com os dados coletados, junto aos donos da pousada e aos

entrevistados, buscando obter um panorama acerca dos problemas que a Pousada Ecológica Araribá enfrenta.

Algumas dificuldades e limitações foram enfrentadas quanto à coleta e o tratamento dos dados para a realização desta pesquisa, por exemplo, os períodos de aplicação dos questionários foram nos meses de julho e agosto, e neste período a pousada apenas recebeu hóspedes fixos, ou seja, que estão todos os meses a trabalho. Um grupo de 40 pessoas se hospedou na pousada no mês de agosto, entretanto estes hóspedes não foram entrevistados, pois todos os anos neste período os mesmos se hospedam para uma festa que ocorre na cidade.

O fato de ter poucos hóspedes na pousada no período de aplicação dos questionários, fez com que o pesquisador os enviasse por e-mail para os hóspedes que já haviam pernoitado anteriormente, utilizando-se dos registros internos para obtenção dos dados de endereços eletrônicos destes hóspedes. Foram enviados 50 e-mails, no entanto, apenas 18 pessoas responderam aos questionários corretamente.

4.4 DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo desta pesquisa é a Pousada Ecológica Araribá, a qual será feita a descrição de sua história, sua estrutura, colaboradores, finanças, entre outros detalhes.

No ano de 1996, o senhor Waldemiro Alberto Giacomazzi, adquiriu uma pequena propriedade na localidade de Tagaçaba, pequena vila de Guaraqueçaba, litoral paranaense. Seu intuito ao adquirir a propriedade era transformá-la em casa de veraneio e depois de alguns anos após se aposentar, residência fixa.

Guaraqueçaba é um município do Paraná, localizado no sul do litoral paranaense, e desde 1985 é uma Área de Proteção Ambiental (APA), segundo o Instituto Chico Mendes- ICM (2014), com mais de 282 mil hectares de área protegida, a APA de Guaraqueçaba possui grande relevância na região e abriga três Unidades de Conservação (UCs) federais dentro de seus limites: o Parque Nacional do Superagui, a Reserva Biológica (REBIO) Bom Jesus e a Estação Ecológica (ESEC) de Guaraqueçaba. Além disso, existem importantes Reservas

Particulares do Patrimônio Natural Federal (RPPN), estaduais e federais dentro da APA.

Sua fauna e flora encantam turistas e pesquisadores tanto do Brasil, quanto de outros países. Com suas unidades de conservação o município consegue ter um desenvolvimento sustentável, de acordo com ICMBIO (2014), este conjunto de UCs contribui com os objetivos da APA: conservação, pesquisa, educação ambiental, fomento ao turismo e promoção de alternativas sustentáveis de geração de renda para as populações locais. A APA fica numa área muito importante para o bioma Mata Atlântica, apresentando uma extensão bem grande e muito preservada. Há ainda uma diversidade nas paisagens da UC com a parte marinha, o largo trecho de terra – utilizado para agricultura – e a parte montanhosa.

Em relação à atividade turística o município conta com a potencialidade de sua Baía, seus rios, suas ilhas e sua história, aos quais possibilitam Guaraqueçaba chamar atenção para desenvolvimento do turismo, pois segundo o ICMBIO (2014), além de proteger várias espécies ameaçadas de extinção, como o gavião-pomba, o sabiá-pimenta e o mico-leão-da-cara-preta, a APA também tem vocação turística: as inúmeras belezas naturais atraem visitantes que desejam aproveitar os rios, cachoeiras e piscinas naturais. A região é muito rica em atividades e o uso da baía é bastante significativo.

Há também de acordo com ICMBIO (2014), muitas trilhas e cachoeiras, como a do Salto Morato, que encanta os visitantes. Na parte marinha, os praticantes de turismo náutico (vela, caiaque e stand up paddle, por exemplo) têm a oportunidade de apreciar a beleza imponente da Serra do Mar, e a diversidade natural da APA. A região é considerada uma das melhores do país para observação de aves da Mata Atlântica. Lá ocorrem mais de 300 espécies de aves – entre elas, o papagaio-da-cara-roxa e o garimpeirinho – o que atrai grupos de observadores e fotógrafos de várias regiões do Brasil.

Com o passar dos anos, o senhor Waldemiro viu na sua propriedade a oportunidade de se abrir um negócio, pois ao receber seus amigos os mesmos ficavam hospedados em sua casa. Outros fatores também fizeram com que o senhor Waldemiro decidisse abrir a pousada, a localização estratégica da propriedade que está na estrada de acesso à cidade de Guaraqueçaba, na localidade passa o rio mais importante de região de Guaraqueçaba, o Rio

Tagaçaba, e também pelo fato da região fazer parte de uma área de Proteção Ambiental (APA).

O senhor Waldemiro sempre buscou empreender, quando morava em Toledo foi precursor na abertura de empresas e comercialização de suínos, o mesmo foi o Fundador e primeiro presidente da Associação Comercial e Empresarial de Toledo (ACIT). Também tinha um mercado pequeno na região. Após sua mudança para Curitiba, deixou de lado sua vida empreendedora e seguiu no trabalho político como assessor parlamentar.

Entretanto a chegada da aposentadoria despertou nele o desejo de abrir um novo negócio. Este relato vai ao encontro do que cita Dornelas (2008, p. 3), quando aponta que “sempre descrevemos o empreendedorismo como a arte e o  f cio do criativo, do inesperado e do extraordinário. A inspiração, por assim dizer, pode surgir em qualquer época da vida, desde que estejamos abertos a perceber novas oportunidades”.

No ano 2000, a pousada iniciou seu atendimento na informalidade, com apenas duas unidades habitacionais, uma área para camping com um banheiro e uma cozinha de uso coletivo. Seu diferencial era ser a primeira pousada da localidade, ter ao fundo o Rio Tagaçaba e também contar com a rica beleza da fauna e flora da região.

O atendimento dos hóspedes era realizado pelo senhor Waldemiro e sua esposa a senhora Janete. Com o passar dos anos, a demanda da pousada cresceu e junto a este crescimento veio à necessidade de ampliar as instalações da pousada e também mudar a situação da mesma, que ainda funcionava na informalidade. Assim, no dia 15 de março de 2004 foi aberta oficialmente a Pousada Ecológica Araribá.

IMAGEM 1 - VISTA AÉREA DA LOCALIZAÇÃO DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ



FONTE: Google Maps (2015).

A estrutura da Pousada Ecológica Araribá conta com uma infraestrutura física de 10 apartamentos individuais, todos suítes, os leitos são distribuídos da seguinte forma; 5 apartamentos com camas de casal e 1 cama de solteiro; 1 apartamento com cama de casal e um beliche; 1 apartamento misto contendo 1 beliche e 2 camas de solteiro; 1 apartamento contendo 4 beliches e 1 apartamento contendo 3 beliches.

IMAGEM 2 – UNIDADES HABITACIONAIS DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ



FONTE: A autora (2015).

A Pousada Ecológica Araribá também conta com uma área para camping, podendo ter até 10 barracas grandes montadas, essa área dispõe de 1 banheiro para uso dos campistas.

IMAGEM 3 – CAMPING E ESPAÇO DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ



FONTE: A autora (2015).

A pousada também dispõe de 1 chalé aberto para uso comum.

IMAGEM 4 – AREA PARA EVENTOS DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ



FONTE: A autora (2015).

Também conta com uma churrasqueira coberta e infraestrutura para até 25 pessoas.

IMAGEM 5 – CHURRASQUEIRA DE USO COLETIVO DA POUSADA



FONTE: A autora (2015).

A Pousada Ecológica Araribá também conta com um restaurante que atende seus hóspedes para o café da manhã, e também para servir refeições e lanches aos mesmos.

IMAGEM 6 – RESTAURANTE DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ



FONTE: A autora (2015).

Todos os serviços e produtos oferecidos pela pousada são adquiridos da região, buscando utilizar a mão-de-obra e matérias primas locais. Com raras exceções são oferecidos produtos industrializados.

Toda a estrutura da pousada desde sua idealização foi construída com recursos pessoais de seu proprietário e sua esposa. Com o passar dos anos, a pousada começou a funcionar com mão de obra familiar, composta pelo senhor Waldemiro, sua esposa Janete e um dos filhos do casal. Na manutenção da estrutura da pousada, trabalham uma diarista e um auxiliar de serviços gerais, ambos trabalham por diárias, sem nenhum vínculo empregatício.

No ano de 2013, a pousada ficou fechada por motivos de cunho pessoal, no entanto atualmente encontra-se ativa. Apesar de, a pousada contar com boa estrutura e bom atendimento, sua demanda possui pouca expressividade, e em sua maioria, quase não consegue suprir os gastos de manutenção do empreendimento. Faz 15 anos que a pousada está funcionando quase sem nenhuma reforma em suas instalações.

Segundo o site Hotéis e Pousadas (2015) a Pousada Ecológica Araribá, aparece como umas das 5 melhores opções de hospedagem em Guaraqueçaba. No site da Gazeta do Povo (2011) a pousada é citada em duas reportagens, uma das reportagens fala de sua participação em uma cooperativa em Guaraqueçaba, e a outra sobre a falta de demanda da pousada por conta da falta de manutenção da rodovia PR 405. No site da revista Panorama do Turismo (2015) a Pousada Ecológica Araribá também é citada por fazer parte da cooperativa Cooperguará.

Esta breve pesquisa na internet permite observar que, a Pousada Ecológica Araribá não está no anonimato por completo, o que embasa seu potencial e justifica a proposta desta pesquisa em propor um plano de negócio para a mesma.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

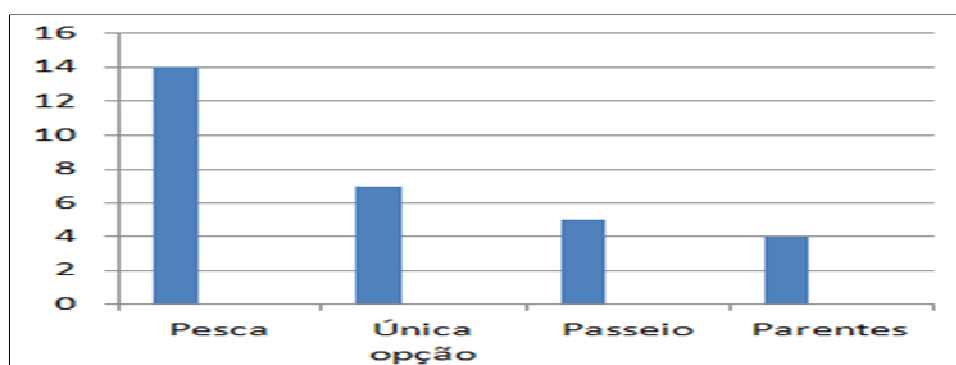
A análise dos resultados da pesquisa será descrita e apreciada no item a seguir.

5.1 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Na pesquisa de campo foram considerados 30 questionários, dos 50 entrevistados que responderam corretamente, entre os 30 questionários 12 foram aplicados pessoalmente e 18 online.

A primeira questão do questionário identificava qual a motivação do hóspede para a realização de sua reserva na pousada. O gráfico abaixo apresenta estes dados.

GRÁFICO 2 – POR QUE SE HOSPEDOU NA POUSADA ?



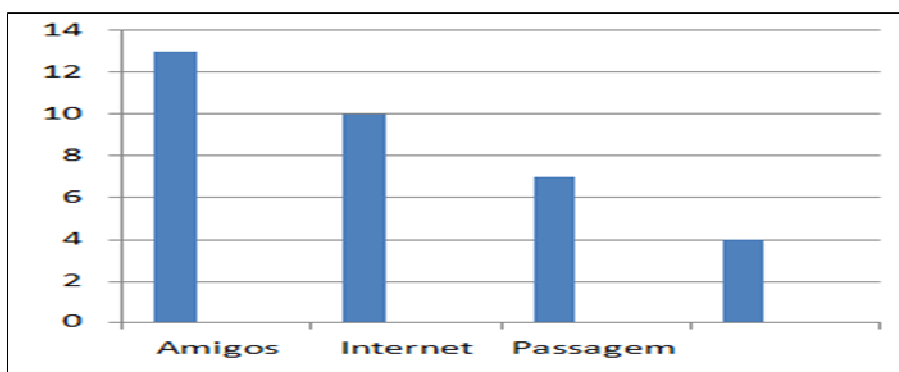
FONTE: A autora (2015).

Considerando a amostra consultada em relação a qual a motivação do hóspede em estar na pousada, a maioria das pessoas respondeu que a motivação foi ir para a comunidade com intuito de realizar a atividade de pesca esportiva, e encontrou a pousada como opção para hospedagem, 7 pessoas responderam que estavam de passagem pela comunidade, e que a pousada foi a única opção de hospedagem que os mesmos encontraram, 5 pessoas responderam que sua motivação era se hospedar na pousada com intuito de conhecer a mesma e para

descansar, 4 pessoas responderam que sua maior motivação foi visitar parentes na comunidade, e escolheram a pousada como opção de hospedagem.

A segunda pergunta do questionário objetivava identificar como o hóspede ficou sabendo acerca da pousada. Nesta questão foram obtidas as informações descritas no gráfico abaixo.

GRÁFICO 3 – COMO FICOU SABENDO DA POUSADA

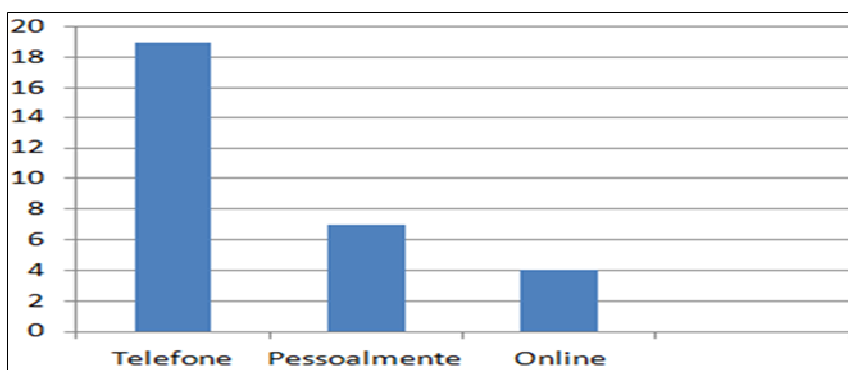


FONTE: A autora (2015).

No total da amostra coletada a maioria dos entrevistados responderam que, ficaram sabendo da pousada por meio de amigos, outros 10 entrevistados ficaram sabendo pela internet e 7 entrevistados estavam de passagem pela comunidade.

Na terceira questão do questionário, a pergunta tinha como objetivo saber como foi feita a reserva da pousada, demonstrados no gráfico a seguir.

GRÁFICO 4 – COMO FOI FEITA A RESERVA PARA HOSPEDAGEM



FONTE: A autora (2015).

Para este questionamento, a maioria das pessoas responderam que fizeram a reserva por telefone, 7 pessoas fizeram a reserva pessoalmente e 4 pessoas fizeram a reserva pela internet. Na pergunta sobre a infraestrutura física da pousada, se a mesma correspondia às expectativas dos hóspedes todas as 30 pessoas responderam que sim.

Com relação à pergunta que indagava o que poderia melhorar na infraestrutura física da pousada, os respondentes apresentaram algumas sugestões como: “Melhorar os chuveiros”, outro hóspede ressaltou que: “A pousada é linda demais, e algo que precisamos manter é o contato com a natureza, mas como é um espaço para melhorias, diria a saidinha da rampa, para subir com o barco, tem um degrau na grama!”, outra sugestão foi: “Espaço e opções de recreação na própria pousada.” Também foi ressaltado que poderia ter a “Disponibilização de redes de balanço”, e uma última consideração foi que poderiam ter “Atividades que possam aproveitar o rio no fundo da pousada como passeios de canoa, entre outros esportes na água”.

Em relação à pergunta que questionava se foram oferecidos serviços opcionais, todos consideraram o serviço oferecido no restaurante da pousada como opcional. Ao serem indagados se haviam gostado do atendimento prestado na pousada, todos responderam que gostaram e comentaram positivamente em relação ao mesmo, a dona da pousada foi citada como uma pessoa muito prestativa e simpática, ninguém considerou que haja necessidade de mudanças no atendimento.

Quanto ao questionamento acerca de indicar a pousada a um amigo, todos os entrevistados responderam que indicariam sim a amigos, parentes e conhecidos. Em relação à questão que perguntava sobre a faixa etária dos hóspedes, a maioria estão acima de 34 anos e são do sexo masculino.

Com os donos da pousada foi realizada entrevista semiestruturada, no dia 18 de agosto de 2015. A entrevista ocorreu na pousada e estavam presentes o senhor Waldemiro e sua esposa senhora Janete, o respondente das perguntas foi o senhor Waldemiro.

Com relação à primeira questão, sobre como a pousada foi idealizada, o senhor Waldemiro relatou de forma descontraída que seguiu o conselho e sugestão de muitos amigos para a abertura da pousada. O senhor Waldemiro, teve duas

motivações para abrir o meio de hospedagem: a necessidade de renda para sua família, pois era o único aposentado, e o mesmo também identificou a oportunidade de empreender na comunidade, que não tinha até o momento nenhum meio de hospedagem. Entretanto, para a abertura da pousada não houve nenhum planejamento documentado, todos os processos de construção, desenvolvimento, e abertura apenas constavam na cabeça dos donos da pousada.

A segunda questão da pesquisa questionava acerca dos investimentos na pousada, o dono relata que todo o investimento na construção e abertura da mesma veio de reservas financeiras da família.

Na terceira questão, referente à existência de algum estudo ou pesquisa de demanda, ele respondeu que não ocorreu nenhum estudo ou pesquisa de demanda para abertura da pousada. O senhor Waldemiro acreditava que com a abertura da pousada os hóspedes apareceriam naturalmente, e o fato da região ter um forte apelo turístico fez com que o mesmo achasse que sua propriedade estaria em um lugar estratégico, pois a propriedade fica no meio do caminho entre Antonina e Guaraqueçaba e qualquer pessoa que queira ir para Guaraqueçaba por terra, obrigatoriamente tem que passar em frente à pousada.

Na quarta questão referente à análise de concorrência, o senhor Waldemiro respondeu que assim como não foi feito nenhum estudo de demanda, também não foi realizada nenhuma análise de concorrência na região. O entrevistado relata que na comunidade a sua pousada foi a primeira a ser construída e ele não considerava as pousadas que ficavam no centro de Guaraqueçaba uma ameaça.

Na questão acerca da rentabilidade almejada, o senhor Waldemiro considerou que, mesmo que desde a abertura da pousada a mesma tenha crescido em relação a sua estrutura física, ela não rende a receita desejada e com o passar dos anos os hóspedes estão diminuindo.

Em relação à questão acerca do que o dono acha da administração da pousada, o mesmo relata que não há muito a ser feito, pois eles apenas esperam os hóspedes chegarem, e todo o processo de compra de produtos e organização dos serviços ofertados para os hóspedes são vistos no momento da reserva.

Ao ser indagado sobre receber propostas de mudanças administrativas e operacionais na empresa, o senhor Waldemiro relatou que está aberto a ouvir toda sugestão que possa melhorar e aumentar a sua demanda. No entanto, mudanças

drásticas, não seriam bem vindas e que sua forma de se posicionar a frente do negócio não mudará em hipótese alguma. O senhor Waldemiro relatou que gostaria de seguir um padrão de organização administrativa.

Após o término das questões estruturadas da entrevista, o dono da pousada ressaltou, que apesar de não haver planejamento e nem ter parâmetros administrativos ela atende todos os requisitos exigidos pela vigilância sanitária, quando a mesma faz a inspeção anual na pousada. O mesmo reconheceu que atualmente não utiliza internet como forma de divulgar a pousada, e que o site da pousada e a página no facebook não recebem atualizações periódicas.

Os proprietários da pousada fizeram questão de observar, a forma como buscam preservar a natureza, passando a imagem de uma empresa sustentável. O senhor Waldemiro também enfatizou os vários elogios que a pousada recebe com relação ao bom atendimento prestado pela dona Janete. Ele ressaltou que pela pousada ter uma pouca demanda a dona Janete consegue atender a todos os hóspedes, e dessa forma dar um atendimento todo especial a cada um deles.

Ao fim da entrevista foi apresentada pela pesquisadora aos donos da pousada a ferramenta gerencial administrativa FFOA, descrita no marco teórico deste trabalho, e foi proposta sua aplicação para o alcance de resultados positivos na gestão do estabelecimento.

Nesta etapa do trabalho afirma-se que, apesar das dificuldades quanto à aplicação dos questionários aos hóspedes da pousada, os dados obtidos contribuíram bastante na pesquisa, por exemplo, a construção da análise da clientela que está descrita no plano de negócio desta pesquisa.

Entende-se também que, a entrevista com os donos da Pousada Ecológica Araribá foi crucial para toda a composição do plano de negócio, pois sem sua ajuda todas as pesquisas relacionadas a concorrentes, fornecedores e demandas teriam sua conclusão dificultada.

5.2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta etapa da pesquisa será realizada a interpretação dos dados coletados, o que de acordo com Dencker (1998), consiste em expressar o verdadeiro significado do material em termos do propósito do estudo. O pesquisador fará as ligações lógicas e comparações, enunciará princípios e fará generalizações.

Foi feita uma análise e discussão sobre estes resultados, e se os mesmos conseguiram atingir o objetivo esperado, proposto na metodologia deste trabalho.

Na primeira questão em que se buscou saber qual a maior motivação do hóspede em estar na pousada, pois segundo o SEBRAE (2012) definir o perfil do cliente, conhecendo seus desejos e hábitos influenciam o segmento que vai ser explorado pelo empreendimento. A estrutura física, o projeto arquitetônico, os equipamentos, a ambientação, os serviços disponíveis e por sua vez o custo de instalação, são fortemente influenciados pelo segmento do negócio.

Neste sentido, verificou-se que a maior motivação foi realizar a atividade de pesca esportiva na comunidade, e que o hóspede encontrou na pousada opção de estadia. Portanto, identificou-se que a maior demanda da pousada atualmente são estes pescadores. Com este perfil de demanda identificado, a pousada pode tanto manter uma estrutura física voltada a este público, quanto direcionar sua divulgação.

Na segunda questão, relacionada à como ficou sabendo da pousada, verificou-se que em sua maioria as pessoas ficaram sabendo da pousada, por meio de amigos, portanto, hoje a pousada é mais conhecida através de indicações. Um estudo do SEBRAE (2012) ressalta que, desde 2006 a maioria dos clientes procuram seus meios de hospedagens diretamente em média 41,6%, 24,9% através das agências de viagens; 17,7% por telefone e e-mail e 14% pela Internet.

O fato de ser mais conhecida por indicação é um ponto positivo, pois esta é uma propaganda gratuita e verdadeira. Entretanto, a pousada não deve apenas contar com este meio de divulgação, investir em meios de comunicações online seria uma opção para maior visibilidade no mercado de serviços turísticos, entre outras opções, como um plano de divulgação.

Caso a pousada opte por um plano de divulgação, há a necessidade da procura de um profissional, pois de segundo o SEBRAE (2012), fazer um plano de

divulgação parece ser uma tarefa fácil, mas não é recomendável que se faça sem o apoio de profissionais capacitados para elaborar campanhas publicitárias, desde a criação de um folder, um panfleto, um banner, até uma pequena peça de propaganda para o rádio ou a televisão. Porque se faz uma análise do perfil do público-alvo, onde eles se encontram qual o canal mais adequado, que apelos podem ser mais efetivos, qual a estratégia com maior possibilidade de retorno em relação aos seus custos e assim em diante.

Contudo, por se tratar de uma pousada de pequeno porte, as medidas de divulgação são mais simples, fáceis de aplicar e com baixo custo. Estas medidas enobrecem o desenvolvimento de um plano de divulgação, de acordo com o SEBRAE (2012), a programação de divulgação de uma pousada pode ser realizada por site na internet indicando a localização, as instalações, e as promoções. Boletins eletrônicos enviados para grupos de clientes e potenciais clientes, com notícias rápidas sobre promoções, eventos e pacotes turísticos. Folhetos distribuídos em agências de viagens e pontos de apoio a turistas. Contato telefônico informando lançamentos e promoções. Propagandas em rádio e jornais. Inscrições em sites de divulgação do turismo.

Na terceira questão, em que se buscava saber como foi realizada a reserva a maioria das pessoas responderam que a fizeram por telefone, portanto hoje a ferramenta de comunicação mais utilizada na pousada é o telefone. Com a globalização, cada vez mais as empresas devem investir em meios de comunicação, para obter visibilidade no mercado, a internet é um dos meios mais utilizados e mais importantes. De acordo com o SEBRAE (2012), a internet é um dos mais importantes meios de divulgação de qualquer tipo de negócio. Além de facilitar a pesquisa e escolha pelo cliente, permite que a venda se dê através do meio eletrônico, com solicitação de reservas e emissão do boleto de cobrança bancária, por exemplo.

Na quarta questão, buscou-se saber acerca da infraestrutura da pousada, se o hóspede ficou satisfeito com a mesma e se era o que esperava. Toda a amostra consultada respondeu que a infraestrutura era a esperada. Com relação à infraestrutura, foi identificado que não é este o problema da pousada em relação à sua falta de demanda.

Na quinta questão acerca da necessidade de mudanças na infraestrutura, a maioria das respostas indicou a não necessidade de alteração no espaço. No entanto, alguns fizeram observações com relação aos chuveiros, sugeriram redes de balanço e a melhor utilização do rio na dinamização das atividades de lazer. As observações destes hóspedes demonstram a simplicidade das mudanças ou melhorias que podem ocorrer na pousada, pois todas as sugestões são possuem acesso facilitado por parte dos proprietários.

Na sexta questão relacionada aos serviços opcionais, todos consideraram as refeições oferecidas no restaurante da pousada como serviços opcionais. Segundo o SEBRAE (2012), esta é a área de maior complexidade na estrutura de uma pousada, além de terem proporcionalmente os maiores custos. As pousadas em sua grande maioria mantêm apenas o café da manhã e um minibar. Algumas mais elaboradas e situadas em regiões turísticas oferecem também em seu pacote a alimentação completa diária. O fato de ter refeições como serviço opcional na pousada faz com que a mesma possua certo diferencial.

Na sétima e oitava questões, buscou-se entender sobre o atendimento. Todos manifestaram satisfação no atendimento recebido e não sugeriram mudanças ao mesmo. Neste sentido Guimarães (2007), aponta que o cliente é o principal elemento formador de uma empresa, este é o termômetro de análise para saber se a mesma está tendo ou não sucesso com as suas vendas. A principal ferramenta de conquista de todo e qualquer cliente é o atendimento, sendo que a qualidade deste é indiscutível para o resultado final, ou seja, a compra de um determinado produto.

Na nona questão, com relação ao questionamento acerca da indicação da pousada aos amigos, parentes e conhecidos, todos os respondentes informaram que, sim indicariam a pousada.

A tabela abaixo faz uma síntese das respostas dos hóspedes da pousada, e estes dados serão utilizados no plano de negócio no item clientela, que é parte do plano de marketing.

QUADRO 3 – RESPOSTAS DA CLIENTELA ATUAL DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ.

Por que veio se hospedar na pousada?	Maior motivação foi pesca esportiva
Como ficou sabendo sobre a pousada?	A maioria através de amigos
Como foi feita a sua reserva para hospedagem na pousada?	A maioria foi feita por telefone
Você gostou da infraestrutura física da pousada, era o que você esperava encontrar?	Todos responderam que sim
Existe algo na infraestrutura física da pousada que pode melhorar?	“Melhorar os chuveiros”. “A pousada é linda demais, e algo que precisamos manter é o contato com a natureza, mas como é um espaço para melhorias, diria a saidinha da rampa, para subir com o barco, tem um degrau na grama!”. “Espaço e opções de recreação na própria pousada.” “Disponibilização de redes de balanço”. “Atividades que possam aproveitar o rio no fundo da pousada como passeios de canoa, entre outros esportes na água”.
Foram oferecidos serviços opcionais pela pousada durante sua estadia, quais?	A maioria respondeu que as refeições servidas na pousada eram um serviço opcional
Você gostou do atendimento prestado pela pousada?	Todos responderam que sim
Ainda sobre o atendimento existe algo que possa melhorar ou acrescentar?	Ninguém comentou nada
Você indicaria a pousada a um amigo, parente ou conhecido?	Todos responderam que sim
Sexo	A maioria do sexo masculino
Idade	A maioria acima de 34 anos

FONTE: A autora (2015).

Considerando todas as questões acima e confrontando com um dos objetivos da pesquisa, proposto na metodologia, que buscou identificar o perfil do frequentador da Pousada Ecológica Araribá, por meio da idade, sexo, perfil, motivação para conhecer a pousada e formas de como ficou sabendo acerca deste meio de hospedagem. Neste sentido, verificou-se que a demanda da pousada é

composta por homens, acima de 34 anos, motivados pela prática de pesca esportiva, e que ficaram sabendo da pousada por meio de indicação.

Sobre os resultados obtidos ao entrevistar os donos da pousada, verificou-se na questão 1, que a pousada foi construída sem planejamento. Esta informação foi de grande importância para identificar o porquê da falta de demanda na pousada, pois de acordo com Bernard (2006, p. 6) “ao imaginar uma empresa sem qualquer planejamento, encontra-se um empreendimento sem direção, sem rumo e o pior, sem saber o que espera atingir; assim, as chances de sucesso são reduzidas”. Ainda que o senhor Waldemiro tenha aberto a pousada sem planejamento, sem ter ideia que isto o atrapalharia futuramente, ressalta-se que grande parte das dificuldades enfrentadas pela pousada são consequências da falta de planejamento.

Na questão 2, em que se perguntou sobre os investimentos para a construção da pousada, os donos afirmaram que se utilizaram de reservas financeiras familiares. Apesar disso, os donos da pousada não fizeram um estudo financeiro, item constante dentro do planejamento. De acordo com Filion e Dolabela (2000) o plano financeiro representa a principal fonte de referências e controle da saúde da empresa, sendo utilizada pelo empreendedor para conduzir suas atividades dentro de parâmetros planejados, corrigir distorções, adaptar-se as novas variáveis decorrentes de mudanças na conjuntura e projetar novos investimentos com base em níveis de crescimento previstos e desejados.

Com relação à questão 3, acerca do estudo de demanda, os donos da pousada afirmaram que não realizaram nenhum estudo. O estudo de demanda é um item de grande importância dentro do planejamento da abertura de qualquer negócio. Para o SEBRAE (2012), a área destinada à instalação da pousada deverá ser procedida, de preferência, numa região que seja frequentada pelo seu público alvo, o que contribuirá sobremaneira para que os clientes desse grupo busque a pousada como primeira opção, pois já contará com uma vantagem, que é a de estar instalada nas proximidades de seu convívio.

Definir quem será sua demanda ou saber quem é ajuda o empreendedor em vários aspectos, como por exemplo, adquirir produtos para uso da mesma, evitando assim estoques desnecessários de produtos, também ajuda no atendimento, pois ao conhecê-la será mais fácil desprender o tratamento adequado.

Na questão 4, sobre análise de concorrência, senhor Waldemiro respondeu que não foi realizada nenhuma análise de concorrência na região. Segundo, Filion e Dolabela (2000), enfrentar a concorrência deve ser uma preocupação central para as empresas na atualidade. O ambiente competitivo, como um todo, exige que o empreendedor avalie qual situação de mercado – se monopólio (uma única empresa domina), de oligopólio (um grupo limitado de empresas domina) ou de livre concorrência (um número ilimitado de empresas participa do mercado).

O entrevistado relatou que na comunidade sua pousada foi a primeira a ser construída, assim não considerava as pousadas que ficavam no centro de Guaraqueçaba uma ameaça. Quando o senhor Waldemiro citou achar vantajoso abrir sua pousada, porque a mesma seria a primeira em Tagaçaba, este detalhe não poderia ser levado em consideração como um diferencial, pois de acordo com Dornelas et al. (2008, p. 9) "a verdade é que essa vantagem raramente funciona se não estiver acompanhada de outras".

Ao abrir a pousada o senhor Waldemiro ficou em sua zona de conforto, pois imaginava que esta vantagem era suficiente para obtenção de boa demanda e alta receita. Entretanto, Dornelas et al (2008, p. 9) aponta que, "no longo prazo, é raro que a empresa líder num setor seja aquela que foi a primeira" [...] ser o primeiro a lançar um produto não implica dominar o mercado.”.

Na questão 5, sobre rentabilidade almejada, foi relatado que a pousada não rende a receita desejada, e com o passar dos anos os hóspedes estão diminuindo. Esta informação corrobora com a ideia acerca da relevância de um planejamento adequado. Neste sentido, Filion e Dolabela (2000), afirmam que o planejamento financeiro constitui o mais importante indicador do controle e da solvência do negócio, sendo utilizadas pelo empreendedor para conduzir suas atividades dentro dos parâmetros planejados, corrigir desvios e se adequar às mudanças na conjuntura. Permite a confrontação entre resultados esperados e reais e a avaliação precisa do desempenho da empresa como um todo ou de produto/serviços isolados.

Na questão 6, sobre a administração da pousada, o senhor Waldemiro relatou que administra sua empresa da forma como pode e age como julga ser correto. Segundo Filion e Dolabela, (2000, p. 155) o empreendedor individual "opera, gerencia e é o único proprietário. E responde com seus bens pessoais

(salvo exceções previstas em lei) pelas obrigações assumidas no exercício de suas atividades empresariais".

Ao ser indagado sobre receber propostas de mudanças administrativas e operacionais na empresa, o senhor Waldemiro relatou que está aberto a ouvir toda sugestão que possa melhorar e aumentar a sua demanda. Entretanto, mudanças drásticas não são bem vindas, e sua forma de se posicionar a frente do negócio não mudará.

Ao fim da entrevista foi realizada com os donos da pousada a utilização da ferramenta FFOA, como demonstram as tabelas abaixo:

QUADRO 4 – MÉTODO FFOA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Boa infraestrutura • Bom relacionamento • Boa imagem • Qualidade nos serviços • Demanda segmentada 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de planejamento • Falta de experiência no ramo • Investimento desordenado • Falta de direção e estratégia • Falta de inovação de marketing
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado em ascensão • Potencial de demanda • Linhas de crédito 	<ul style="list-style-type: none"> • Crise econômica • Novos concorrentes • Meios de acesso precário • Fornecedores

FONTE: A autora (2015).

QUADRO 5 – RESUMO DOS CONCORRENTES DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ

Nome	Pousada e restaurante do Ivori	Pousada e restaurante do Marinho	Hotel fazenda Corcovado
Tempo de atuação	Mais de 10 anos	Mais de 8 anos	Mais de 8 anos
Pontos fortes	Ter uma frota de barcos para atender seus hóspedes	Não foi avaliado	Não foi avaliado
Pontos fracos	Atendimento Quartos pequenos Falta de área comum para circulação dos hóspedes	Apenas 2 quartos	Atualmente está fechada
Qual seu diferencial	Ter sempre frutos do mar	Ter sempre frutos do mar	Não foi avaliado

FONTE: A autora (2015).

O tipo de empreendedorismo identifica nos proprietários da Pousada Ecológica Araribá são o de necessidade e por oportunidade, o que de acordo com o GEM (2013), são caracterizados como os empreendedores por necessidade aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de ocupação, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Já os empreendedores por oportunidade são os que identificaram uma chance de negócio e decidiram empreender, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda.

Outra denominação, a de empreendedor nata, também é aplicada ao senhor Waldemiro, segundo Bernard (2006), essa figura é a personalização integral do empreendedor, que normalmente desde cedo, por razões próprias ou influências familiares, demonstra traços de personalidade comuns do empreendedor. O desenvolvimento de tal vocação tem forte relação com o tipo de autoridade familiar e o ambiente motivacional familiar, tais como escala de valores e percepção de negócios.

Uma empresa pode ser criada de várias formas e pode ter vários segmentos diferentes, de acordo com Filion e Dolabela (2000), uma empresa pode ser montada sob diferentes formas jurídicas, conforme as leis do país. Para fins de sistematização, podemos dizer que todas elas podem ser classificadas em três categorias básicas; empresa individual; sociedade de pessoas; sociedades de capitais (ou por ações).

A Pousada Ecológica Araribá é uma empresa na categoria Micro empreendedor individual (MEI), e se encaixa na modalidade de empresa individual, que de acordo com Filion e Dolabela (2000), é a modalidade geralmente preferida pelo trabalhador autônomo e adequada à atividade mercantil em pequena escala, a empresa individual reduz ao mínimo as formalidades relacionadas ao lançamento: passa a operar tão logo figure no registro de Comércio. Nela, o empreendedor concentra exclusivamente em sua pessoa não só os frutos do êxito, mas também os riscos do fracasso.

Diante de desafios como as contas que não fecham no final do mês, a folha de pagamento do funcionário e a manutenção da infraestrutura da empresa, apenas a força de vontade dos donos da empresa não é suficiente para resolver os problemas do empreendimento.

De posse destas informações, identificou-se que os fatores tecnológicos e socioculturais influenciam nas deficiências da pousada em questão. Tecnológico, pois a pousada encontra-se desatualizada em relação às mídias sociais e a ausência de atividades promocionais. Sociocultural, pois há o direcionamento incorreto do produto, bem como não consegue o destaque dentro da comunidade. Neste sentido, confrontando os dados obtidos com o marco teórico desta pesquisa, sugeriu-se a elaboração de um plano de negócios para a Pousada Ecológica Araribá.

6 PROJETO DE TURISMO

O projeto desta pesquisa será a proposta de um Plano de Negócio para a Pousada Ecológica Araribá.

6.1 DESCRIÇÃO DA PROPOSTA DO PROJETO

Este projeto poderá ser utilizado por empreendedores que pretendam entender mais acerca da utilização e aplicação de um plano de negócios em seus empreendimentos. O projeto foi realizado em Tagaçaba, distrito de Guaraqueçaba, direcionado à Pousada Ecológica Araribá, no auxílio da resolução de seu problema de falta de demanda, de acordo com o modelo de plano de negócio adaptado do autor Fernando Dolabela (2000).

6.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

Aquisição de materiais para desenvolvimento do projeto, visitas ao local, objeto de estudo em questão, realização do Plano de Negócio.

6.2.1 Descrição das Etapas para a Execução do Projeto Plano de Negócio para a Pousada.

Este projeto foi realizado em três etapas. Na primeira: aquisição de matérias para realizar a aplicação da pesquisa, na segunda: visitas ao local onde foi aplicada a pesquisa e na terceira: foi feito o confronto dos dados coletados com os dados bibliográficos.

6.2.2 Descrição dos recursos humanos e materiais envolvidos em cada etapa

TABELA 2 - RECURSOS HUMANOS E MATERIAIS ENVOLVIDOS NO PROJETO

Recursos	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Total
Computador	01	1.300,00	1.300,00
Impressão	500	0,15	75,00
Canetas	05	1,00	5,00
Pranchetas	03	4,90	14,70
Telefone ligações	70	2,86	200,20
Visita ao local	04	100,00	400,00
			R\$ 1.994,90

FONTE: A autora (2015).

Nos recursos Humanos consideranse o trabalho de uma pessoa, que neste trabalho foi o pesquisador.

6.2.3 Descrição do orçamento e dos desembolsos por etapa

Na primeira etapa deste projeto foram gastos R\$75,00 com impressões de questionários, bem como R\$19,70 na compra de canetas e pranchetas. Na segunda etapa foram gastos com locomoção R\$ 100,00 e ligações telefônicas R\$ 200,20, o computador é de propriedade da pesquisadora, na terceira etapa houveram gastos com a impressão do plano de negócio R\$ 120,00.

6.2.4 Avaliação do retorno do investimento

A avaliação do retorno de investimento realizada da elaboração desta proposta Plano de Negocio será de longo prazo. Pois o Plano se propõe ser uma ferramenta que auxilie o empreendedor alcançar os objetivos traçados, repensar suas estratégias de posicionamento, aumentar a demanda e consequentemente elevar sua rentabilidade.

Na sequencia será apresentado o Plano de Negocio.

PLANO DE NEGÓCIO PARA A POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ

Sumario executivo:

Este Plano de Negócio tem como objetivo apresentar um estudo de viabilidade para a Pousada Ecológica Araribá, empreendimento este atuante com foco em atender turistas e viajantes, apresentando como diferencial o apelo ecológico envolvido em todos os serviços oferecidos para os hóspedes.

A estrutura da pousada busca atender as necessidades dos seus hóspedes de forma sustentável e ecológica. Contudo, com as melhorias propostas pelos seus hóspedes espera-se captar maior demanda. A clientela da Pousada Ecológica Araribá na atualidade é composta por turistas, homens, acima de 34 anos, a procura de atividade de pesca esportiva na região.

A pousada busca captar novos perfis de turistas, por exemplo, os ciclistas que fazem passeios de desbravamento e aventura na estrada de saibro, que começa em Antonina e vai até o centro de Guaraqueçaba, aos arredores da localização do empreendimento.

Competência dos Responsáveis:

A Pousada Ecológica Araribá busca alternativas de melhorias em sua administração, potencializando o atendimento ao seu cliente. Waldemiro Alberto Giacomazzi, experiente no ramo de empreender, está disposto a aperfeiçoar seus conhecimentos em gestão no setor de meios de hospedagens, mediante mudanças administrativas e melhorias em seus serviços, possibilitando o crescimento da empresa.

Os Serviços:

Os serviços oferecidos pela Pousada Ecológica Araribá são hospedagem, alimentação e passeios (terceirizados) para turistas e viajantes que passam pela região de Guaraqueçaba. A pousada possui uma infraestrutura física que conta com 10 apartamentos individuais, todos os apartamentos são suítes.

O Mercado Potencial:

A Pousada Ecológica Araribá conta com uma demanda real composta basicamente por homens, na faixa etária acima de 34 anos. A grande oportunidade de mercado identificada pelo empreendimento, considerado como demanda potencial, são os ciclistas que percorrem o trajeto entre Antonina e Guaraqueçaba. Os proprietários buscam captar esta demanda, para que esta faça da pousada seu meio de hospedagem, antes de seguir caminho até seu objetivo final, chegar ao centro de Guaraqueçaba.

Elementos de diferenciação:

O elemento de diferenciação da Pousada Ecológica Araribá é o tempo de atuação no ramo de meios de hospedagem na comunidade. Este elemento traz ao empreendimento destaque em relação à experiência em hospitalidade. Sua proposta é ser ecológica, em vista que, a pousada está inserida dentro de uma Área de Proteção Ambiental em Guaraqueçaba, buscando na diferenciação ambiental a potencialização da empresa.

Previsão de faturamento:

O faturamento atual é de R\$ 1.800,00 mensais, no entanto este plano de negócio estabelece como projeção de faturamento a rentabilidade de R\$ 3.330,00 ao mês, composta pela comercialização das diárias da pousada.

Rentabilidade e Projeções Financeiras:

O retorno do investimento está proposto para ocorrer após 42 meses e 80 dias, ou seja, em 3 anos e 8 meses.

Necessidade de Financiamento:

Por meio da apresentação deste plano de negócio, constatou-se a necessidade de um financiamento que auxilie as melhorias propostas à Pousada Ecológica Araribá. Neste sentido, para colocar o projeto em prática será imprescindível um crédito de R\$ 17.851,00.

TABELA 3 – INVESTIMENTO INICIAL

ITEM	Descrição	SUBTOTAL
1	Investimento em melhorias na pousada	R\$ 8.918,00
2	Estoque de matéria prima	R\$ 771,67
3	Custo fixo	R\$ 2.142,00
4	Despesas anuais de manutenção e conservação	R\$ 6.020,00
TOTAL		R\$ 17, 851,00

FONTE: A autora (2015).

Apresentação da Missão da empresa:

A missão da Pousada Ecológica Araribá é atender cada vez melhor o seu hóspede buscando a sua satisfação. O seu público-alvo é constituído de homens, acima de 34 anos, com motivação da prática de pesca esportiva, contudo o empreendimento está aberto a qualquer pessoa, de qualquer idade, com qualquer motivação dispostos a se hospedarem.

Objetivos da Pousada:

A partir deste Plano são estabelecidos como objetivos empresariais, a captura de novas demanda, bem como a organização administrativa do empreendimento. Para o alcance dos objetivos propostos a Pousada Ecológica Araribá trabalhará na implementação das ferramentas administrativas sugeridas neste plano.

Situação Planejada / desejada:

A Pousada Ecológica Araribá almeja conquistar maior demanda, bem como potencializar a gestão do empreendimento. A principal estratégia para alcançar estes objetivos é a maior e melhor divulgação da empresa, de acordo com as propostas deste Plano de Negócio. As mudanças a serem incorporadas pelo empreendimento objetivam sanar o problema da falta de demanda.

Após as melhorias implantadas, acredita-se que Pousada Ecológica Araribá conseguirá consolidar o seu negócio como um meio de hospedagem de boa qualidade, com uma demanda maior e diferenciada.

Foco

A Pousada Ecológica Araribá busca ser reconhecida como um estabelecimento hoteleiro preocupado com o meio ambiente, trabalhando de maneira ecológica para atender seus hóspedes cada vez melhor, criando sua própria identidade.

Estrutura Organizacional, Legal e Estrutura Funcional, diretoria, gerência e Equipe

A Pousada Ecológica Araribá possui estrutura de pequena empresa. Em suas atividades estão envolvidos, dona Janete, esposa do proprietário e responsável pela gerencia, recepção dos hóspedes e demais serviços oferecidos pela pousada. Quando há a necessidade contrata-se mão-de-obra da localidade para auxiliar nas atividades do estabelecimento. Um dos filhos do proprietário também ajuda em alguns momentos, ficando apenas a cargo da administração, o proprietário.

Waldemiro Alberto Giacomazzi, proprietário e diretor da Pousada Ecológica Araribá, é formado em contabilidade e possui experiência em administração de empresas. Adquiriu conhecimentos acerca de administração ao longo da vida, no entanto seu empreendimento passa por dificuldades, buscando sanar os problemas identificados, de acordo com o plano de negócio sugerido para a pousada.

A Pousada Ecológica Araribá tem infraestrutura própria, instalada em uma pequena chácara com água, luz e unidades habitacionais. A equipe de trabalho da pousada é composta por um dos filhos dos proprietários, e 2 auxiliares de serviços gerais, auxiliares estes terceirizados.

Descrição Legal:

A Pousada Ecológica Araribá se enquadra no sistema MEI. Recebe anualmente a inspeção da Vigilância Sanitária do município, e não possui nenhuma irregularidade notificada pelo órgão responsável.

Administração:

A empresa possui estrutura hierárquica composta por recepção e unidades habitacionais. A recepção é responsável pelas principais funções desenvolvidas na

pousada. A centralização das atividades em uma pessoa é relacionada a pouca demanda do estabelecimento, registrada até o presente momento.

Controle de Qualidade:

A qualidade exigida pelos hóspedes da Pousada Ecológica Araribá está concentrada na preocupação com o meio ambiente, seus hóspedes em grande maioria, voltam à atenção aos assuntos relacionados à natureza e sua preservação. Em vista disto, o estabelecimento busca oferecer produtos com matéria prima, fornecedores e mão de obra local, minimizando os impactos socioambientais da região.

Terceirização:

A Pousada Ecológica Araribá terceiriza seus passeios de barco, medida seguida pelo empreendimento, visto que o custo de manutenção dos fornecedores deste serviço é muito caro para ser mantido, em exclusivo, pela pousada.

Sistema de Gestão:

Com uma estrutura organizacional simples, a Pousada Ecológica Araribá buscará implantar, por meio do Plano de Negócio o controle da informatização nas áreas de contabilidade, contas a pagar e receber, faturamento e estoque.

Parcerias:

Atualmente a Pousada Ecológica Araribá possui parceira com a cooperativa Cooperguará, cooperativa esta que promove o turismo de base comunitária, gerida pelos empreendedores da região de Guaraqueçaba.

Plano de marketing e análise de Mercado:

O setor no qual a Pousada Ecológica Araribá está atuando é bastante competitivo. O preço, a infraestrutura e a qualidade dos serviços prestados são fatores relevantes no sucesso de um empreendimento. Este mercado conta com fortes concorrentes em relação à negociação, no qual obrigada a empresa a adotar medidas que a façam sobreviver frente às grandes redes hoteleiras.

A Pousada Ecológica Araribá busca associar sua imagem à sustentabilidade, visando atender pessoas que também se preocupam com estas questões, e se identificam com as ações tomadas pela empresa.

As oportunidades identificadas neste ramo de negócio são o mercado em ascensão, cada vez mais pessoas estão viajando e toda esta demanda necessita de meios de hospedagens para permanecerem no local de destino. E a demanda potencial, os ciclistas que passam pelo estabelecimento e apenas almoçam, almejando assim, captá-los para que além do serviço das refeições, estes possam pernoitar na pousada.

Um fator ameaçador é a crise econômica presente no mundo, que deixa a economia do Brasil sem previsão de estabilidade. Durante qualquer crise a primeira medida do consumidor é reduzir gastos extras, uma viagem é vista como menor necessidade face aos gastos do dia-a-dia com alimentação, transporte, escola entre outros. Outra ameaça são os novos concorrentes na comunidade, uma vez que oferecerem os mesmos produtos com custos reduzidos. Os fornecedores também são considerados uma ameaça, pois em muitas situações, deixam a pousada sem a matéria prima necessária para o preparo das refeições dos hóspedes.

A Pousada Ecológica Araribá possui dois concorrentes diretos. Um destes é a Pousada e restaurante do Ivori, maior concorrente, pois conta com uma frota de barco que atende diretamente aos seus clientes. Em relação aos passeios e pescarias este concorrente também possui um diferencial, sempre atender seus hóspedes oferecendo frutos do mar frescos. Ressalta-se que, a Pousada Ecológica Araribá precisa terceirizar os passeios de barco e depende dos fornecedores para obter frutos do mar frescos. O segundo concorrente é a Pousada e restaurante do Marinho, esta não apresenta grande ameaça, pois conta com apenas duas unidades habitacionais.

A Pousada Ecológica Araribá apresenta vantagens em relação aos seus concorrentes, tais como:

- Atuação há mais de 15 anos no mercado.

- Maior pousada da localidade.
- Área comum de extrema beleza.
- Espaço grande para recreação dos hóspedes, em comparação aos demais concorrentes.

A análise indicou que a matéria prima para preparação dos produtos servidos na Pousada é de fácil aquisição, no entanto o fornecedor de peixes algumas vezes falha no fornecimento deste produto.

QUADRO 6 – FORNECEDORES LOCAIS DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ

Nome	Mercado do Teco	Mercado Tagaçaba	Odalézia	Francelino	Tonico
Produto	Arroz, feijão, carnes, óleo, sal, temperos, massas, polenta, leite, ovos e frios.	Arroz, feijão, carnes, óleo, sal, temperos, massas, polenta, leite, ovos, frios e gás.	Frutos do mar	Tapioca	Banana
Local	Tagaçaba	Tagaçaba	Tagaçaba	Tagaçaba	Tagaçaba
Preço	Bom	Razoável	Bom	Bom	Bom
Prazo de entrega	No ato	No ato	De 2 a 4 dias	De 2 a 3 dias	De 1 a 3 dias
Pontos positivos	Produto/qualidade	Produto/qualidade	Produto fresco	Produto fresco	Produto fresco
Pontos negativos	Preço	Preço	Disponibilidade	Disponibilidade	Disponibilidade

FONTE: A autora (2015).

Na tabela abaixo estão descritos os fornecedores da Pousada fora da comunidade de Tagaçaba.

QUADRO 7 – FORNECEDORES DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ

Nome	Aurora Cooperativa	Muffato supermercado	Havan	Distribuidora de bebidas nova geração
Produto	Leite, carnes e frios.	Arroz, feijão, carnes, óleo, sal, temperos, massas, polenta, leite, ovos e frios	Cama, mesa e banho	Águas, cervejas e refrigerantes.
Local	Santa Catarina	Curitiba	Curitiba	Curitiba
Preço	Bom	Bom	Bom	Bom
Prazo de entrega	No ato	No ato	No ato	No ato
Pontos positivos	Preço Produto/qualidade	Preço Produto/qualidade Disponibilidade	Preço Produto/qualidade Disponibilidade	Preço Produto/qualidade
Pontos negativos	Disponibilidade	Acesso	Acesso	Disponibilidade

FONTE: A autora (2015).

Estratégia de Marketing:

A Pousada Ecológica Araribá comercializa serviços hoteleiros. Seu diferencial está pautado na sustentabilidade, pois utiliza matéria prima, fornecedores e mão de obra local na composição de seu produto. Os serviços ofertados aos hóspedes possuem preocupação com a preservação e conservação do meio ambiente. Este Plano de Negócio propõem ao estabelecimento, mediante captação de recursos financeiros, melhorias infraestruturais e administrativas.

Tecnologia e Ciclo de Vida:

O processo de oferta destes serviços é simplificando, sem a utilização de tecnologia inovadora. Ele depende inteiramente da hospitalidade fornecida pelos colaboradores da empresa. A demanda para este tipo de serviço está em ascensão, alimentada pela crescente preocupação do consumo de produtos e serviços voltados à sustentabilidade sócio, econômica e ambiental das regiões.

Plano de Pesquisa e Desenvolvimento:

A Pousada Ecológica Araribá deve atentar-se às inovações relacionadas ao setor de hospedagem. É necessário o desenvolvimento de pesquisas de demanda, revisão do segmento de atuação, busca de novas parcerias e do desenvolvimento de ferramentas avaliativas voltadas aos hóspedes.

Preço:

Para determinação do preço de venda foram considerados:

- Os preços dos concorrentes
- Os custos de produção
- O preço que a demanda está disposta a pagar

De acordo com estes dados, o preço de projeção da diária da pousada será de R\$60,00 com café da manhã incluso.

Distribuição:

Com a demanda da pousada definida, buscando captar demanda potencial, o empreendimento deve ser promovido junto às agências de viagens e operadoras de turismo com pacotes voltados à região de Guaraqueçaba, oferecendo os serviços de meios de hospedagem ofertados pela pousada. Como meta há o retorno desta distribuição, resultante no aumento da demanda.

Promoção e Publicidade:

A Pousada Ecológica Araribá adotará como estratégia de promoção e publicidade, melhorias e ampliação em seu site, já em funcionamento na internet, criará pequenos pacotes promocionais de feriados e finais de semanas, divulgando-os por meio das mídias sociais, monitorando estes espaços virtuais como geradores de potencial demanda. Estas ações serão realizadas por meio do envio de e-mails do tipo mailing e propagandas em rádios, tendo como meta a divulgação da pousada para um público maior.

Relacionamento com os Clientes:

A Pousada Ecológica Araribá diante de demanda atual promoverá a divulgação de eventos de pesca esportiva. Diante de sua demanda potencial, os

ciclistas, estará disposta, por meio de suas redes sociais como site, página no Facebook e e-mail manter um canal para sugestões, comentários e feedback para a atração desta demanda, haja vista que estes passam pela pousada para chegarem ao centro de Guaraqueçaba e podem fazer do estabelecimento seu lugar de pouso.

Plano financeiro:

Este plano financeiro está adequado às características e peculiaridades da Pousada Ecológica Araribá, levando-se em consideração que esta se encontra em funcionamento há alguns anos.

TABELA 4 – INVESTIMENTO EM MELHORIAS

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Subtotal
1	Chuveiros	10	R\$ 60,00	R\$ 600,00
2	Redes de Balanço	6	R\$ 180,00	R\$ 1.080,00
3	Canoas	2	R\$ 450,00	R\$ 900,00
4	Boias	6	R\$ 50,00	R\$ 300,00
5	Pranchas para stand up paddle	2	R\$ 1.799,00	R\$ 3.598,00
6	Remos	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00
7	Coletes salva vidas	8	R\$ 70,00	R\$ 560,00
8	Mão de obra/custos operacionais	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
9	Computador	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Subtotal 1				R\$ 8.918,00

FONTE: A autora (2015).

Na tabela abaixo estão descritos os novos investimentos relacionados às e reformas no estabelecimento.

TABELA 5 – MÃO DE OBRA

Item	Descrição	Quantidade de vezes ao mês	Valor Unitário	Subtotal
1	Diarista	4	R\$ 70,00	R\$ 280,00
2	Auxiliar de Serviços Gerais	4	R\$ 60,00 por dia	R\$ 240,00

Subtotal 2	R\$ 520,00
------------	------------

FONTE: A autora (2015).

A Pousada Ecológica Araribá, optou por trabalhar com contratação de empregos de acordo com a demanda sazonal, esta escolha é determinada por alguns fatores como baixa procura de hóspedes, impostos trabalhistas e sazonalidade.

Custos Variáveis:

TABELA 6 – CUSTOS DE UMA DIÁRIA DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Subtotal
1	Limpeza da UH	1	R\$ 9,00	R\$ 9,00
2	Arrumação da UH	1	R\$ 1,35	R\$ 1,35
3	Café da manhã	1	R\$10,00	R\$10,00
4	Limpeza da área de lazer	1	R\$ 3,00	R\$ 3,00
Subtotal 3				R\$ 23,35

FONTE: A autora (2015).

TABELA 7 – CUSTOS DO CAFÉ DA MANHÃ DA POUSADA ECOLÓGICA ARARIBÁ

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor por Pessoa	Subtotal
1	Café	1 KG	R\$ 16,00	R\$ 0,16	R\$16,00
2	Leite	12 LT	R\$ 2,50	R\$ 0,05	R\$ 30,00

3	Açúcar	5 KG	R\$ 9,00	R\$ 0,09	R\$ 9,00
4	Pão	1 KG	R\$ 7,00	R\$ 0,50	R\$ 7,00
5	Manteiga	500 GR	R\$ 7,00	R\$ 0,28	R\$ 7,00
6	Geléia	500 GR	R\$ 10,00	R\$ 0,40	R\$ 10,00
7	Tapioca	500 GR	R\$ 10,00	R\$ 2,00	R\$ 10,00
8	Queijo	1 KG	R\$ 29,00	R\$ 1,16	R\$ 29,00
9	Presunto	1 KG	R\$ 20,00	R\$ 0,80	R\$ 20,00
10	Bolo	1 UN	R\$ 10,00	R\$ 2,00	R\$ 10,00
11	Suco	1 KG Fruta	R\$ 8,00	R\$ 1,16	R\$ 8,00
12	Frutas	-	R\$ 20,00	R\$ 0,80	R\$ 20,00
13	Ovos	12	R\$ 0,25	R\$ 0,25	R\$ 3,00
14	Salsicha	1 KG	R\$ 6,00	R\$ 0,25	R\$ 6,00
15	Temperos	-	R\$ 5,00	R\$ 0,02	R\$ 5,00
Subtotal 5				R\$ 9,92	R\$ 190,00

FONTE: A autora (2015).

Na tabela acima foram descritos as matérias primas para servir o café da manhã na Pousada Ecológica Araribá. A base de cálculo de porção por pessoa foi retirado do site Segredos da Vovó, mediante aos itens de estoque da empresa.

TABELA 8 – CUSTOS FIXOS

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Subtotal
1	Água / Luz	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
2	Telefone/Internet	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00

3	TV por assinatura	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
4	Limpeza	4	R\$ 130,00	R\$ 520,00
5	Material de limpeza	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
6	Impostos	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
7	Transporte/Pedágio	1	R\$ 170,00	R\$ 170,00
8	Hospedagem site	1	R\$ 22,00	R\$ 22,00
9	Manutenção site	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
10	Propagandas rádio	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
11	Manutenção e conservação anual	1	R\$ 16,50	R\$ 6.020,00
Subtotal 6				R\$ 8.162,00

FONTE: A autora (2015).

Na tabela acima foram descritos todos os gastos fixos necessários ao funcionamento da pousada, independentemente da estadia de hóspedes.

Estimativa de faturamento e rendimentos:

O serviço ofertado pela Pousada Ecológica Araribá é a hospedagem, neste sentido será feito o cálculo do valor neto de uma diária acrescida de 20%, esta porcentagem está dividida da seguinte forma, 10% para o labore do dono e 10% para pagar o investimento.

TABELA 9 – BASE DE VENDA DE UM SERVIÇO

Descrição	Subtotal
Diária da pousada Valor Neto	R\$ 23,35
Custos Fixos	R\$ 7,14
Manutenção E Conservação	R\$ 16,50
Acréscimo de 20%	
Total	R\$ 56,38

FONTE: A autora (2015).

TABELA 10 – ESTIMATIVA DE FATURAMENTO AO MÊS

Descrição	Subtotal
Hóspede fixo da pousada	R\$ 450,00
12 Hóspedes semana 1	R\$ 720,00
12 Hóspedes semana 2	R\$ 720,00
12 Hóspedes semana 3	R\$ 720,00
12 Hóspedes semana 4	R\$ 720,00
Total	R\$ 3.330,00

FONTE: A autora (2015).

TABELA 11 – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Descrição	SUBTOTAL
Faturamento	R\$ 3.330,00
-	-
Custos fixos e Custos Variáveis	R\$2.913,67
Total	R\$ 417,00

FONTE: A autora (2015).

TABELA 12 – ÍNDICE DE MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Descrição	Subtotal
Margem de Contribuição	R\$ 417,00
:	
Faturamento	R\$ 3.330,00
=	0,12522
Índice de Margem de Contribuição	0,12522
X	
100	
=	12,52
Total	12,52

FONTE: A autora (2015).

TABELA 13 – PONTO DE EQUILIBRIO

Descrição	Subtotal
Custos fixos	R\$ 2.142,00
:	
Índice de margem de Contribuição	12,52
=	171,08626
X	
100	
=	17.108,62
Total	17.108,62

FONTE: A autora (2015).

Análise de investimentos:

TABELA 14– TEMPO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

Descrição	Subtotal
Custos Totais	R\$ 17.851,00
:	
Margem de Contribuição	R\$ 417,00
=	42,80
Total	42,80

FONTE: A autora (2015).

O retorno do investimento ocorrerá após 42 meses e 80 dias, ou 3 anos e 8 meses. A fórmula dos cálculos acima seguiu o modelo proposto do autor Dolabela.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso objetivou por meio de pesquisas aplicadas, a apresentação de um plano de negócio para Pousada Ecológica Araribá. Uma micro empresa, de gestão familiar, funcionando há 15 anos no mercado turístico, no ramo de meios de hospedagens.

A atividade turística no século XXI está em ascensão, ainda que o sistema político econômico esteja em crise desde 2008. Este crescimento traz como consequência a busca por mais serviços envolvendo o trade turístico. Estes serviços carecem cada vez mais de atenção no que tange a sustentabilidade social, econômica e ambiental das regiões que dele fizerem usufruto.

A relevância desta pesquisa está pautada na crescente necessidade de serviços qualitativos, ligados à gestão do empreendimento turístico. Para a garantia da oferta de bons produtos e serviços a empresa deve estar atenta às tendências mercadológicas, mediante as novas ferramentas administrativas. Estas atitudes estão vinculadas às formas de planejamento, ter um plano de negócio faz com que a empresa consiga visualizar sua situação e tomar medidas corretas frente às situações adversas.

Tomar conhecimento acerca da situação das micro e pequenas empresas e seus empreendedores foi crucial para o desenvolvimento desta pesquisa, pois por meio da ferramenta administrativa, denominada Plano de negócio, acredita-se que o objeto de estudo em questão terá um caminho promissor ao optar pela aplicabilidade deste instrumento.

Este estudo foi de extrema relevância na obtenção de conhecimento acerca dos serviços turísticos voltados aos pequenos meios de hospedagem. Esta pesquisa poderá ajudar outros pesquisadores, interessados na temática abordada, a desenvolverem planos de negócios para empresas em funcionamento e talvez com as mesmas características do empreendimento apresentado nesta pesquisa.

Esta pesquisa também auxiliou a pesquisadora na busca por maiores conhecimentos acerca das ferramentas administrativas e suas características. Com os fatores externos e internos identificados, conseguiu-se analisar se a implantação de um plano de negócios teria viabilidade no contexto do objeto de estudos em questão.

Uma das hipóteses levantadas neste estudo, de que a Pousada Ecológica Araribá teria sido aberta sem nenhum planejamento foi confirmada, pois a pousada não desenvolveu nenhum planejamento para sua abertura. A outra hipótese levantada, da falta de planejamento na hora de construir a pousada como um fator dificultante em seu crescimento e captação de demanda foi refutada, pois foram identificados outros fatores refletindo neste contexto no empreendimento.

Este trabalho conseguiu atingir todos os objetivos propostos em seu marco teórico e metodológico. Todo o processo de coleta e análise de dados foi relevante na obtenção de conhecimento acerca da situação da pousada e de seus hóspedes. Este processo despertou no empreendedor, a visão acerca da potencialidade da empresa, enxergando-a com outros olhos, tendo em vista o sucesso do negócio em questão.

Por fim, compreende-se a importância da ferramenta de gestão Plano de negócio, na vida útil de um empreendimento. Conseguiu-se apontar aos donos da Pousada Ecológica Araribá o quanto sua forma administrativa encontra-se defasada. Os faturamentos confrontados com o plano financeiro expostos no plano de negócio mostraram que a pousada estava apenas cobrindo suas despesas, sem obtenção de lucro. Neste sentido, o plano de negócio para a Pousada Ecológica Araribá se fez relevante por ser ajustado às limitações enfrentadas atualmente pelo empreendimento, limitações estas relacionadas à sua gestão.

O plano de negócio neste trabalho apresentado foi adaptado às características existentes na Pousada Ecológica Araribá, cabe ao empreendedor seguir ou não as propostas apresentadas no plano. Este plano de negócio também poderá ser utilizado para captação de financiamento em bancos ou empresas, e assim melhorar a infraestrutura da pousada.

Identificou-se na pesquisa a ausência de um livro caixa no estabelecimento para organização de suas contas, seus donos trabalham sem pro labore, as contas pessoais se misturam com as empresariais, entre outros problemas identificados e descritos na pesquisa. Espera-se com o plano de negócio que a Pousada Ecológica Araribá consiga a organização financeira, bem como captar maior demanda real e potencial.

São propostos como pesquisas futuras estudos mais aprofundados acerca da demanda da pousada, investigando mais informações relacionadas ao perfil econômico dos hóspedes.

8 REFERÊNCIAS

AEMS. **A Importância do planejamento para o sucesso empresarial.** Disponível em: <<<http://www.aems.edu.br/conexao/educacaoanterior/Sumario/2013/downloads/2013/3/5.pdf>>>. Acesso em: 24 de março de 2015.

BAHL, M. **Mercado turístico Áreas de Atuação.** São Paulo: Roca, 2003.

BERNARD, L. A. **Manual de Plano de Negócios.** São Paulo: Atlas, 2006.

CEPAL. **Política de apoio a micro e pequenas empresas no Brasil:** Avanços no período recentes e perspectivas. Disponível em: <<<http://www.cepal.org/ddpe/publicaciones/xml/1/45421/lcw449.pdf>>>. Acesso em: 24 de setembro de 2014.

DENCKER, M, F, A. **Métodos e Técnicas de pesquisa em Turismo.** 2 ed. São Paulo: Futura, 1998.

DOLABELA, F. O Plano de Negócio e seus Componentes. **In:** FILION, L. J: DOLABELA, F. **Boa Ideia! E Agora?.** São Paulo: Editora de Cultura, 2000.p.164-212.

DORNELAS, J. C. A. et al. **Plano de Negócios que dão certo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FARACO, E. O Perfil Empreendedor e a Formação De Conhecimentos para o Desenvolvimento de Novos Negócios No Segmento de Pousadas. **In:** 2º Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL. Caxias do Sul, SEMITUR, Caxias do Sul. Disponível em: <<<http://pt.slideshare.net/eduardofaraco/artigo-perfil-empreendedor-por-eduardo-faraco>>>. Acesso em: 13 de abril de 2015.

FILION, L. J; DOLABELA, F. **Boa Ideia! E Agora?.** São Paulo: Editora de Cultura, 2000.

FONTES FILHO, J. R. **Planejamento estratégico da pequena e média empresa:** aplicações no setor turístico. Rio de Janeiro: Publit Soluções Editoriais, 2006.

GAZETA DO POVO. **Vida e cidadania.** Disponível em: <<<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/especiais/retratos-parana/cooperativa-alavanca-turismo-9t2hxqbfva6ljx0742ffortqm>>>. Acesso em: 06 de maio de 2015.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIMENEZ, P. A. F. **Empreendedorismo e Pequena Empresa:** Paraná, edição do autor, 2013.

HISTÓRIA DE GUARAQUEÇABA. Disponível em: <<<http://www.guaraquecaba.pr.gov.br/?pg=historia>>>. Acesso em: 25 de setembro de 2014.

HOTÉIS E POUSADAS. **Hotéis e pousadas em Guaraqueçaba.** Disponível em: <<<http://www.hoteisepousadas.tur.br/guaraquecaba/>>>. Acesso em: 06 de maio de 2015.

IDA, G. A. **Universo das micro e pequenas empresas.** Disponível em: <<<http://books.google.com.br/books?id=JhVcyuUQvcC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>>. Acesso em: 24 de setembro de 2014.

IRVIN, A. M; AZEVEDO, J. **Turismo o desafio da sustentabilidade.** São Paulo: Futura, 2002.

ISMAIL, A. **Hospedagem: Front Office e Governança.** São Paulo: Thomson, 2004.

INSTITUTO CHICO MENDES DE BIOLOGIA. **Guaraqueçaba (PR) comemora 30 anos de criação.** Disponível em: <<<http://www.icmbio.gov.br/portal/comunicacao/noticias/20-geral/6697-guaraquecaba-pr-comemora-30-anos-de-criacao.html>>>. Acesso em: 19 de maio de 2015.

INSTITUTO CHICO MENDES. **APA de Guaraqueçaba.** Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/imgs-unidades/coservacao/apa_guaraquecaba.pdf>>. Acesso em: 25 de setembro de 2014.

LAKATOS, M. E; MARCONE, A. M. **Fundamentos de Metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LICKORISH, J.L; JENKINS, L. C. **Introdução ao Turismo.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LOHMANN, G; PANOSSO, N. A. **Teoria do Turismo conceitos, modelos e sistemas.** São Paulo: Editora Aleph, 2008.

MARQUES, A. J. **Introdução à Hotelaria.** São Paulo: Edusc, 2003.

MONTEJANO, M. J. **Estrutura do Mercado Turístico.** 2 ed. São Paulo: Roca, 2001.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Emissão de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral.** Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/cnpj/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp>>. Acesso em: 19 de agosto de 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **PACET.** Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/conjuntura_economica/pesquisa_conjuntura_turismo/downloads_pesquisa_conjuntura_turismo/Pesquisa_Anual_de_Conjuntura_Economica_do_Turismo_-_2013_-_9a.edicao.pdf>>. Acesso em: 19 de agosto de 2015.

MINISTÉRIO DOTURISMO. **Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem.** Disponível em: <<<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Entenda?tipo=6>>>. Acesso em: 23 de março de 2015.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao Turismo**. São Paulo, 2001.

PANORAMA TURISMO. **Gastronomia caicara**. Disponível em: <<http://panoramadoturismo.com.br/gastronomia-caicara-e-de-dar-agua-na-boca/>>. Acesso em: 06 de maio de 2015.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **MEI, Definição do Microempreendedor Individual**. Disponível em:<< <http://www.portaldoempreendedor.gov.br>>>. Acesso em: 17 de novembro de 2015.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **MEI, Certificado da Condição de Microempreendedor Individual**. Disponível em:<< <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual/ccmei>>>. Acesso em: 17 de novembro de 2015.

PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS. Disponível em: <<www.tede.udesc.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1842>>. Acesso em: 14 de abril de 2015.

REVISTA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **Como realizar o seu sonho de negócio**. Disponível em: <<<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI81831-17166-1,00-COMO+REALIZAR+O+SEU+SONHO+DE+NEGOCIO.html>>>. Acesso em: 20 de abril de 2015.

REVISTA TURISMO EM ANALISE. **Marketing de Relacionamento: um estudo em pousadas de Marechal Floriano – ES**. Disponível em: <<<http://www.turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/view/296>>>. Acesso em: 25 de setembro de 2014.

REVISTA TURISMO EM ANALISE. **Análise das Ferramentas de Gestão Estratégica de Hotelaria Familiar: estudo de quatro organizações da região turística da Serra Gaúcha**. Disponível em: <<<http://www.turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/view/269>>>. Acesso em: 25 de setembro de 2014.

SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócio**. Brasília: SEBRAE, 2007.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil 2013**. Disponível em: <<<http://ois.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2013/01/Relatorio-Executivo-GEM-Brasil-2013.pdf>>>. Acesso em: 13 de abril de 2014.

SEBRAE. **Gostar de hospedar não é o bastante para empreender em hotelaria**. Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Perfil%20de%20negocios_hotelaria_.pdf>>. Acesso em: 10 de novembro de 2015

SEGREDOS DA VOVÓ. **Comemore com café da manhã, quantidades**. Disponível em:<<<http://segredosdavovo.com.br/2013/06/comemore-com-cafe-da-manha-quantidades/>>> Acesso em: 02 de dezembro de 2015.

SECRETARIA DA MICRO E PEQUENA EMPRESA. **Tratamento Diferenciado às Micro e Pequenas Empresas - Legislação para Estados e Municípios.** Disponível em:<<
http://smpe.gov.br/assuntos/cartilha_tratamentodiferenciado_mpe.pdf>>. Acesso em: 18 de agosto de 2015.

SENAC. **Pousada como montar e administrar.** Rio de Janeiro, 2007.

SENADO FEDERAL. **Estatuto da Micro e Pequena Empresa.** Disponível em:<<
<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/70314/662418.pdf?sequence=2>>>. Acesso em: 17 de novembro de 2015.

SINTEGRA. **Consulta Pública ao Cadastro do Estado do Paraná.** Disponível em:<< <http://www.sintegra.gov.br>>>. Acesso em: 17 de novembro de 2015.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais.** São Paulo: Atlas, 1987.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. **Manual de Normatização de Documentos Científicos.** Curitiba: UFPR, 2015.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. **Plano de Marketing para o período de baixa demanda para a empresa Praia-Pousada Tatuíra.** Disponível em:<<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18178/000713439.pdf?sequence=1>>>. Acesso em: 24 de setembro de 2014.

APÊNDICES

APÊNDICE A- Carta de apresentação do projeto de pesquisa enviada por e-mail aos respondentes da pesquisa.

Prezado(a):

Esta pesquisa, Proposta de Plano de Negócio para a Pousada Ecológica Araribá, será desenvolvida por meio da aplicação de questionários à demanda da Pousada Araribá Ecológica.

Estas informações estão sendo fornecidas para subsidiar sua participação voluntária neste estudo que visa saber como foi todo o processo de hospedagem, deste a reserva até o fim da estadia na pousada.

Em qualquer etapa do estudo, você terá acesso ao investigador para esclarecimento de eventuais dúvidas. Contato Letícia Laís Miranda, telefone 41-8435-3734, endereço eletrônico: araribapousada@yahoo.com.br.

É garantida aos sujeitos de pesquisa a liberdade de retirada de consentimento e o abandono do estudo a qualquer momento.

As informações obtidas serão analisadas em conjunto com outros sujeitos da pesquisa, não sendo divulgada a identificação de nenhum participante. Fica assegurado, também, o direito de ser mantido atualizado sobre os resultados parciais da pesquisa, assim que esses resultados chegarem ao conhecimento do pesquisador.

Não há despesas pessoais para o participante em qualquer fase do estudo. Também não há compensação financeira relacionada à sua participação. Se existir qualquer despesa adicional, ela será absorvida pelo orçamento da pesquisa.

Comprometo-me, como pesquisador principal, a utilizar os dados e o material coletados somente para esta pesquisa.

APÊNDICE B - Entrevista com o dono da Pousada Ecológica Araribá

1-Como a pousada foi idealizada, ela teve algum planejamento?

2-Como foram feitos os investimentos para a construção da pousada?

3-Houve algum estudo, ou pesquisa de demanda?

4-Foi realizada uma análise da concorrência na região?

5-Com o passar dos anos, a pousada teve a rentabilidade almejada?

6-Hoje o que você acha da pousada, em relação a sua administração?

7-Se lhe fosse proposto algumas mudanças administrativas e operacionais, você aceitaria?

APÊNDICE C - Questionário com hóspedes da Pousada Ecológica Araribá

Bom dia/boa tarde/boa noite, meu nome é _____ e gostaria de saber se o senhor (a) poderia responder o questionário abaixo, que conta com intuito de analisar sua opinião sobre sua estadia na Pousada Ecológica Araribá, caso sinta-se mais a vontade em responder essa pesquisa em outro momento, poderia nos fornecer seu e-mail para que possamos obter suas respostas em um momento mais propício ao senhor (a).

E-mail _____

1-Por que veio se hospedar na pousada?

2-Como ficou sabendo sobre a pousada?

() Internet

() Indicação de amigos

() Estava de passagem

3-Como foi feita a sua reserva para hospedagem na pousada?

() Por telefone

() Pessoalmente

() Online

4-Você gostou da infraestrutura física da pousada, era o que você esperava encontrar?

() Sim

() Não

5-Existe algo na infraestrutura física da pousada que pode melhorar?

6- Foram oferecidos serviços opcionais pela pousada durante sua estadia, quais?

7-Você gostou do atendimento prestado pela pousada?

☐ Sim

☐ Não

8-Ainda sobre o atendimento existe algo que possa melhorar ou acrescentar?

9-Você indicaria a pousada a um amigo, parente ou conhecido?

☐ Sim

☐ Não

10-Nome

11-Sexo

☐ Feminino

☐ Masculino

12-Idade

☐ 18 - 25 anos

☐ 26 - 33 anos

☐ Acima de 34 anos

OBRIGADA PELA SUA COLABORAÇÃO

ANEXOS

ANEXO 1 - ATA DE FUNDAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE TOLEDO

Outorgante	Outorgado
INDUSTRIAL DE TOLEDO	ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE TOLEDO

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE TOLEDO
Fundada em 23 de Novembro de 1967
Toledo - Paraná

ATA DA FUNDAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE TOLEDO
Nº. 1 -

Aos vinte e três dias do mês de novembro de mil novecentos e sessenta e sete, às vinte e uma horas, na sede do Clube do Comércio, na cidade de Toledo, Estado do Paraná, reuniu-se parte representativa da Indústria, Comércio e Profissionais Liberais desta cidade, com a finalidade de fundarem a ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE TOLEDO.

A abertura dos trabalhos foi promovida pelo senhor Hilário K. Zenpi, que ressaltou o elevado interesse e necessidade local da criação do órgão representativo das classes, cujas promoções sejam dirigidas num .. sentido orientador e progressista. Como antecipação aos trabalhos preliminares, apresentou um bem elaborado projeto de estatutos. Havendo dada por encerrada a preliminar, solicitou o snr. Hilário a Assembleia que indicasse um dos presentes para presidir os trabalhos, havendo a escolha recaído na pessoa do snr. José Saad, gerente da agência do Banco do Brasil S/A, que, aclamado, aceitou a incumbência, solicitando a mim, Paulo Gbur, que secretariasse os trabalhos. Após considerar sobre a Associação, da qual é um dos propugnadores, solicitou que fosse, pela Assembleia, indicada uma comissão de estudos e redação dos Estatutos, a serem apresentados a Assembleia Geral a esse fim destinada. Ficou dita comissão constituída de um representante do Frigorífico Pioneiro S/A., presentes os senhores Olmiro Saraiva Almeida e Dionísio A. Boff, e os Snrs. Hilário K. Zenpi, Darcy Hercio Arrozi, Guilherme Winickes e Waldemiro A. Giacomazzo, que, além dessa atribuição, comprometeram-se a emitir tantas cópias quantas necessárias a divulgação de projeto estatutário, bem como distribuí-los e divulgá-los pela imprensa falada e escrita. A seguir, o Snr. Presidente encareceu a necessidade de se dar urgência aos trabalhos, havendo sido sugerido e aceito o prazo de seis (6) dias para os estudos, isto é, até 29 do corrente, e seis (6) dias para divulgação e convocação de Assembleia Geral, portanto a ser realizada a 5 de dezembro próximo. Ficou ainda a cargo da mesma Comissão o programa de trabalho da Assembleia a ser realizada e respectiva Ordem do Dia. E, como nada mais houvesse a ser tratado, deu o Snr. Presidente por encerrada os trabalhos, agradecendo a presença de todos, solicitando fosse a presente ata, por mim PAULO GBUR, lavrada e por todos assinada.-

Waldemiro A. Giacomazzo
WALDEMIRO A. GIACOMAZZO
PRESIDENTE

TABELICHATO LOUREIRO
RECONHECIMENTO *supra* DE
Waldemiro A. Giacomazzo
EM *23 de Novembro* DE *1967*
Pelo Tabelião
Felipe Araújo Loureiro
FELIPE ARAÚJO LOUREIRO
Tabelião

Certidão
Certifico que o Selo de Autenticidade
dos atos foi afixado na última folha do
documento entregue para a parte.
Dou fé

Declaro encerrada esta folha. *Marlene Ribeiro de Lara*
Marlene Ribeiro de Lara
Escrivente Autorizada



FONTE: Associação Comercial e Industrial de Toledo (2015).

ANEXO 2 - COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 06.172.246/0001-27 MATRIZ		COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	
NOME EMPRESARIAL WALDEMIRO ALBERTO GIACOMAZZO		DATA DE ABERTURA 15/03/2004	
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) ARARIBA - Pousada e Restaurante			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 56.11-2-01 - Restaurantes e similares			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 213-5 - EMPRESÁRIO (INDIVIDUAL)			
LOGRADOURO R PRINCIPAL		NÚMERO SN	
		COMPLEMENTO CASA	
CEP 83.390-000	BAIRRO/DISTRITO TAGACABA	MUNICÍPIO GUARAUQUECABA	UF PR
ENDEREÇO ELETRÔNICO www.arariba.com.br		TELEFONE (41) 4141-139	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 05/02/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

FONTE: Ministério da Fazenda (2015)

ANEXO 3 - CONSULTA PÚBLICA AO CADASTRO DO ESTADO DO PARANÁ

	SINTEGRA Consulta Pública ao Cadastro do Estado do Paraná	
IDENTIFICAÇÃO Cadastro atualizado até a data da consulta		Data/Hora Host CELEPAR 17/11/2015 - 14:27:13
CNPJ:		Inscrição Estadual: 90305623-10
Nome Empresarial:	WALDEMIRO ALBERTO GIACOMAZZO	
ENDEREÇO		
Logradouro:	RUA PRINCIPAL	
Número:	SN	Complemento: CASA
Bairro:	TAGACABA	
Município:	GUARAQUECABA	UF: PR
CEP:	83.390-000	Telefone: (41)3414-1139
E-mail:	NÃO CADASTRADO	
INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES		
Atividade Econômica Principal:	5611201 - RESTAURANTES E SIMILARES	
Atividade(s) Econômica(s) Secundária(s):	5510803 - MOTEIS	
Início das Atividades:	06/2004	
Situação Atual:	HABILITADO - DESDE 06/2004	
Situação Cadastral:	ATIVO - DESDE 06/2004	
SPED (EFD, NF-e, CT-e):	Maiores informações clique aqui	
OBSERVAÇÃO: Os dados acima são baseados em informações fornecidas pelo próprio contribuinte cadastrado. Não valem como certidão de sua efetiva existência de fato e de direito, não são oponíveis à Fazenda e nem excluem a responsabilidade tributária derivada de operações com ele ajustadas.		

FONTE: SINTEGRA (2015).

ANEXO 4 - CERTIFICADO DA CONDIÇÃO DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Certificado da Condição de Microempreendedor Individual			
Identificação			
Nome Empresarial WALDEMIRO ALBERTO GIACOMAZZO			
Nome do Empresário WALDEMIRO ALBERTO GIACOMAZZO			
Nome Fantasia ARARIBA - Pousada e Restaurante			
Capital Social 0,00			
Nº da Identidade	Órgão Emissor	UF Emissor	CPF
-	-	-	-
Condição de Microempreendedor Individual			
Situação Cadastral Vigente ATIVO		Data de Início da Situação Cadastral Vigente 15/03/2004	
Números de Registro			
CNPJ -	NIRE -		
Endereço Comercial			
CEP 83390-000	Logradouro RUA PRINCIPAL	Número SN	
Complemento CASA	Bairro TAGACABA		
Município GUARAUQUECABA	UF PR		
Atividades			
Data de Início de Atividades 15/03/2004			
Código da Atividade Principal 56.11-2/01	Descrição da Atividade Principal Restaurantes e similares		
Termo de Ciência e Responsabilidade com Efeito de Alvará de Licença e Funcionamento Provisório - declaração prestada no momento da inscrição:			
<p>Declaro, sob as penas da Lei, que conheço e atendo os requisitos legais exigidos pelo Estado e pela Prefeitura do Município para emissão do Alvará de Licença e Funcionamento, compreendidos os aspectos sanitários, ambientais, tributários, de segurança pública, uso e ocupação do solo, atividades domiciliares e restrições ao uso de espaços públicos. O não-atendimento a esses requisitos acarretará o cancelamento deste Alvará de Licença e Funcionamento Provisório.</p> <p>Este Certificado comprova as inscrições, alvará, licenças e a situação de enquadramento do empresário na condição de Microempreendedor Individual. A sua aceitação está condicionada à verificação de sua autenticidade na Internet, no endereço: http://www.portaldomicroempreendedor.gov.br/</p> <p>Certificado emitido com base na Resolução nº 16, de 17 de dezembro de 2009, do Comitê para Gestão da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios – REDESIM.</p> <p>ATENÇÃO: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.</p> <p>Para pesquisar a inscrição estadual e/ou municipal (quando convenientes do cadastro sincronizado nacional), informe os elementos abaixo no endereço eletrônico http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/Microempreendedor.asp</p>			

FONTE: MEI (2015).